DECEMBER 2019 Vol. 5 Issue 59 THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM Price:₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE AD WORLD

THE WORLD OF EFFECTIVE COMMUNICATION



ഇമ്മാനുവൽ
സമ്പൂർണ്ണ തിരക്കഥ

ദൂരദർശൻ പരസ്യകാലം : ഒരു ഫ്ളാഷ്ബാക്ക്

സ്ത്രീ 'പരസ്യ' വായന

കണ്ണും കണ്ണും തമ്മിൽ തമ്മിൽ

പരസ്യം ഒരു തൊഴിൽ എന്ന നിലയിൽ

Priyanka Agarwal
Model & Actress

BRANDING • MODEL WATCH • STUDENTS' CORNER • MOTIVATION • MEDIA

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും
ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക് ഡോക് ഡോട് കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

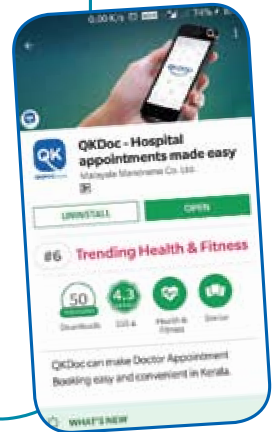
നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗ നിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 A) qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 A) അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം. B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസ്സിൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർപറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ
അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി
വിളിക്കുക
7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു



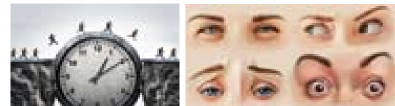
ഉള്ളടക്കം

Cover: Priyanka Agarwal
Celebrity Manager : Rakesh Kumar
98197 26960

Vol. 5 | Issue 59 | December 2019









Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Advisory Board
Thekkinkadu Joseph
Prof. Josy Joseph
Joshy George
Somie
Janeesh Jajikalayam

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 0481 2561791, 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @





effectiveadcom/posts
09846057461
/effective.adcom
/effective.adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

ടൈം ബാങ്ക്

ഈ കാലത്ത് ഒന്നിനും സമയം തികയുന്നില്ല എന്ന് പരാതി പറയാത്തവർ ആരും തന്നെ ഉണ്ടെന്നു തോന്നുന്നില്ല. സമയം ഫലപ്രദമായി എങ്ങനെ വിനിയോഗിക്കണം എന്നു വിശദീകരിക്കുന്ന ഒരു ലേഖനം ഈ ലക്കത്തിൽ ചേർത്തിട്ടുണ്ട്. സമയത്തിന്റെ വിലയും പ്രാധാന്യവും എത്രയെന്ന് തിരിച്ചറിയാത്തവരാണല്ലോ നമ്മുടെ സമൂഹത്തിൽ കൂടുതലായുള്ളത്. എന്നാൽ സമയം നിക്ഷേപിച്ച് സംരക്ഷിക്കുവാനും പിന്നീട് ആവശ്യം വരുമ്പോൾ ഡിപ്പോസിറ്റിൽ നിന്നും ആവശ്യത്തിന് പിൻവലിച്ച് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുവാനും ഉള്ള സംവിധാനം സ്വിറ്റ്സർലൻഡിൽ നടപ്പിൽ വന്നിരിക്കുന്നു എന്ന് അറിയുന്നു. വളരെ കൗതുകകരമായി തോന്നിയ ആ സിസ്റ്റം ഇപ്രകാരമാണ്.

'Time Bank' എന്നാണ് അതിന്റെ പേര്. നമ്മുടെ മണിബാങ്ക്, ബ്ലഡ് ബാങ്ക് പോലെ തന്നെയുള്ള ഒരു സംവിധാനം. ആരോഗ്യമുള്ള കാലത്ത് വൃദ്ധസദനങ്ങളിലോ ഹോസ്പിറ്റലുകളിലോ, മറ്റു സന്നദ്ധ സംഘടനകളിലോ പ്രവർത്തിച്ച് ഒരാൾക്ക് അയാളുടെ സമയം ടൈം ബാങ്കിൽ ഡെപ്പോസിറ്റ് ചെയ്യാം. ഈ അക്കൗണ്ടിൽ എത്ര സമയം ഡെപ്പോസിറ്റ് ചെയ്തിരിക്കുന്നു എന്നു രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള ഒരു ‘ടൈം ബാങ്ക് കാർഡ്’ അക്കൗണ്ട് ഹോൾഡർക്ക് കൊടുക്കും. ആ വ്യക്തി അസുഖബാധിതനാകുകയോ പ്രായാധിക്യത്താൽ സ്വയം കാര്യങ്ങൾ നിർവഹിക്കുവാൻ സാധിക്കാത്ത സാഹചര്യത്തിലോ ഈ അക്കൗണ്ടിൽ നിന്നും ആവശ്യത്തിന് ‘സമയം’ പിൻവലിക്കാം.

അപ്പോൾ അക്കൗണ്ടിൽ നിക്ഷേപിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന സമയത്തിന്റെ വിവരങ്ങൾ ഉറപ്പുവരുത്തിയ ശേഷം അവിടേക്ക് സേവന സന്നദ്ധരായ വോളണ്ടിയർമാർ നിയമിക്കപ്പെടുന്നു. നിങ്ങൾക്ക് സേവനം നൽകുന്ന ആ സമയം ആ വോളണ്ടിയറുടെ അക്കൗണ്ടിൽ നിക്ഷേപിക്കപ്പെടുന്നു. ഈ പ്രക്രിയ തുടർന്നു കൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു.

ഇപ്രകാരം രേഖകളിൽ ഉൾപ്പെടുത്തപ്പെട്ടില്ലങ്കിലും നമ്മുടെ പൂർവികർ അവരുടെ മാതാപിതാക്കളെ പരിപാലിച്ചുകൊണ്ടു സമയം ‘ഡിപ്പോസിറ്റ് ’ ചെയ്യുന്നുണ്ടായിരുന്നു. അതു കണ്ടു മനസ്സിലാക്കുന്ന അടുത്ത തലമുറയുടെ മനസ്സുകളിലാണ് ആ സമയങ്ങൾ നിക്ഷേപിക്കപ്പെട്ടിരുന്നത്. അവർ അത് യഥാസമയം പിൻവലിച്ച് ഉപയോഗിക്കുന്നുമുണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ അത്തരം ‘സാംസ്കാരിക ബാങ്കുകൾ’ തകർന്നു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണല്ലോ.

വാർദ്ധക്യത്തിൽ പരിചിരിക്കുവാൻ വേണ്ടപ്പെട്ടവരുണ്ടാകുമെന്ന് ഉറപ്പില്ലാത്ത ഒരു കാലഘട്ടത്തിൽ ഈ ടൈം ബാങ്ക് സിസ്റ്റം വളരെ പ്രയോജനകരമാകുമെന്ന് തീർച്ചയായും പ്രതീക്ഷിക്കാം. നമ്മുടെ രാജ്യത്തും ഇത് പ്രാവർത്തികമാക്കുവാൻ ശ്രമിക്കാവുന്നതാണ്.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

ദൂരദർശൻ പരസ്യകാലം : ഒരു ഫ്ളാഷ്ബാക്ക്



1959 സെപ്തംബർ 15ന് പരീക്ഷണാടിസ്ഥാനത്തിൽ പ്രക്ഷേപണമാരംഭിച്ച ദൂരദർശൻ ചുരുങ്ങിയ കാലം കൊണ്ടാണ് ഓരോ ഭാരതീയന്റെയും സ്വീകരണമുറിയിലെ താരമായി മാറിയത്. ദൂരദർശനും ഇന്ത്യൻ പരസ്യരംഗവും തമ്മിൽ അഭേദ്യമായ ബന്ധമുണ്ടായിരുന്നു. ഇന്നും നാവിൻതുമ്പിൽ തത്തിക്കളിക്കുന്ന പരസ്യ ജിംഗിളുകൾ ദൂരദർശനിലൂടെയാണ് കണ്ടും കേട്ടുമാസ്വദിച്ചത്.

ഓർമ്മകൾക്ക് ഒരിക്കലും മരണമില്ല എന്നത് വെറുമൊരു കവിഭാവനയല്ല. ജീവിതത്തിന് നിറം പകരുന്ന ചില ഓർമ്മകൾ എല്ലാ ഭാരതീയർക്കും പൊതുവായുണ്ട്. മത-ജാതി-ഭാഷകൾക്കതീതമായി എല്ലാ ഭാരതീയരെയും ഒരു ചരടിൽ കോർത്തിണക്കുന്ന നിറമുള്ള ആ ഓർമ്മകൾക്ക് 2019 ൽ 60 വയസ്സ് തികയുന്നു.

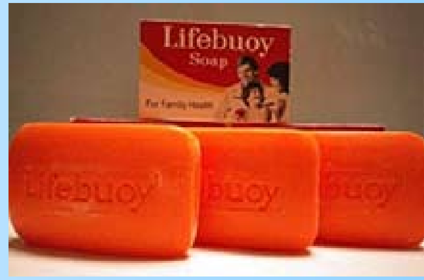
ഓരോ ഭാരതീയന്റെയും സ്വീകരണമുറികളിൽ ശബ്ദവും, ദൃശ്യവും സംഗീതവും ദേശസ്നേഹവും നിറച്ച ദൂരദർശനിലൂടെ രാമായണവും മഹാഭാരതവും മാൽഗുഡി ഡേയ്സും, ബുനിയാദുമെല്ലാം ഇന്ത്യയിലെ വീടുകളിൽ അലയടിച്ചു.

1959 സെപ്തംബർ 15ന് (September 15, 1959) പരീക്ഷണാടിസ്ഥാനത്തിൽ പ്രക്ഷേപണമാരംഭിച്ച ദൂരദർശൻ ചുരുങ്ങിയ കാലം കൊണ്ടാണ് ഓരോ ഭാരതീയന്റെയും സ്വീകരണമുറിയിലെ താരമായി മാറിയത്. 2019 സെപ്തംബർ 15 ന് (September 15, 2019) ദൂരദർശന് 60 വയസ്സ് തികയുമ്പോൾ പോയതലമുറ ഗൃഹാതുരതയോടെ ഓർക്കുന്ന ഒത്തിരിയൊത്തിരി ചിത്രങ്ങളുണ്ട്.

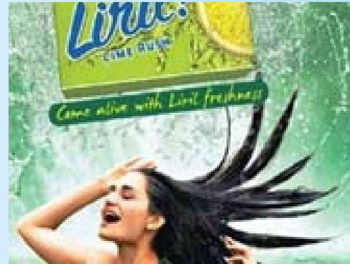
ടിറ്ററും, ഫെയ്സ്ബുക്കും, വാട്സ് ആപ്പും യൂട്യൂബും അരങ്ങുതകർക്കുന്ന ന്യൂജെൻ സോഷ്യൽ മീഡിയയുഗത്തിന് തികച്ചും അപരിചിതമായ ആ ദൂരദർശൻ കാലത്തിന് പറയാനും പങ്ക് വെക്കാനും ഒത്തിരിയൊത്തിരി കാര്യങ്ങളുണ്ട്. വിനോദത്തിനും വിജ്ഞാനത്തിനും ദൂരദർശനല്ലാതെ മറ്റൊരു വഴിയില്ലായിരുന്നു.

ദൂരദർശനും ഇന്ത്യൻ പരസ്യരംഗവും തമ്മിൽ അഭേദ്യമായ ബന്ധമുണ്ടായിരുന്നു. ഇന്നും നാവിൻതുമ്പിൽ തത്തിക്കളിക്കുന്ന പരസ്യ ജിംഗിളുകൾ ദൂരദർശനിലൂടെയാണ് കണ്ടും കേട്ടുമാസ്വദിച്ചത്.













80 കളിൽ ദൂരദർശനിൽ മുഴങ്ങിക്കേട്ട മനോഹരമായ നിർമ്മ ജിംഗിളിന് ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിംഗിന്റെ വിജയഗാഥകൾ പറയാനുണ്ട്. 40 വർഷങ്ങൾ കഴിഞ്ഞെങ്കിലും ഇന്നും നിർമ്മ ബാലികയും, ഈ ജിംഗിളും മനസ്സിൽ നിറഞ്ഞുനിൽക്കുന്നു.

ഇന്ത്യൻ പരസ്യമേഖലക്ക് വളർച്ചയുടെ 70 വർഷങ്ങളുടെ കഥകൾ പറയാനുണ്ട്. സമൂഹവും സാമ്പത്തിക രംഗവും നിരവധിമാറ്റങ്ങളിലൂടെ കടന്നുപോകുമ്പോൾ ആ മാറ്റങ്ങൾ എല്ലാരംഗങ്ങളിലും കാണാമായിരുന്നു. പരസ്യ മേഖലയിലാണ് ഈ മാറ്റങ്ങൾ വ്യക്തമായി പ്രതിഫലിച്ചത്.

അക്കൂട്ടത്തിൽ ഇന്ത്യൻ ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സുകളിൽ മായാതെ നിൽക്കുന്ന പരസ്യചിത്രങ്ങളുണ്ട്. ഇന്നും തെല്ലും ശോഭ പോകാതെ, കാലത്തെ അതിജീവിച്ചു നിൽക്കുന്ന ആ പരസ്യങ്ങൾ വെറും വിൽപ്പന മാത്രം ലക്ഷ്യമിട്ടുള്ളതായിരുന്നില്ല. പ്രേക്ഷകന്റെ ഹൃദയത്തിൽ തൊടുന്ന, ഗൃഹാതുരസ്മരണകളുണർത്തുന്ന, ചില പരസ്യങ്ങൾ, ദൂരദർശന്റെ നേർത്ത സംഗീതം പോലെ ഇന്നും മനസ്സിലുണ്ട്.

ലൈഫ്ബോയ്

ആരോഗ്യത്തെ കാക്കും ലൈഫ്ബോയ് ലൈഫ്ബോയ് എവിയെയോ അവിടെയാണാരോഗ്യം.

നവോന്മേഷം തുളുമ്പുന്ന അന്തരീക്ഷത്തിൽ, ആവേശം വാനോളമുയരുന്ന നിമിഷങ്ങളെ ത്രസിപ്പിച്ചുകൊണ്ട് പ്രേക്ഷകരെ ഹരം കൊള്ളിപ്പിക്കുന്ന മനോഹരമായ ഈ ജിംഗിൾ കേൾക്കാത്തവരായി ആരുമുണ്ടാവില്ല.

പ്രതിഭകളുടെ ഒരു നിരതന്നെ ഇതിനുപിന്നിലുണ്ടായിരുന്നു. സ്വാനന്ദ് കിർകിരെ (Swanand Kirkire) എഴുതിയ വരികൾക്ക് ഇളയരാജയാണ് (Ilaiyaraaja) സംഗീതം പകർന്നത്. സൂരജ് ജഗൻ ആലാപനം (Suraj Jagan) നിർവ്വഹിച്ചു.

കടുപ്പമുള്ള സുഗന്ധവും, ചുവപ്പുനിറവുമുള്ള ലൈഫ്ബോയ് ഇന്ത്യൻ വിപണി കീഴടക്കിയതിനു പിന്നിൽ ശക്തമായ പരസ്യതന്ത്രങ്ങൾ ഉണ്ടായിരുന്നു. 1895 ലാണ് ലൈഫ്ബോയ് ഇന്ത്യൻ വിപണിയിലെത്തുന്നത്. പുരുഷന്മാരുടെ സോപ്പ് എന്ന തലത്തിൽനിന്നും ഫാമിലി സോപ്പ് എന്ന തലത്തിലേക്ക് ലൈഫ്ബോയ് വളരെപ്പെട്ടന്നാണ് ഉയർന്നത്.

ലിറിൽ

4 പതിറ്റാണ്ടുകൾക്കു ശേഷവും ലിറിൽ ഓരോ മനസ്സിലും ഫ്രെഷായി നിൽക്കുന്നു, നാരങ്ങായുടെ

നറുമണവും പ്രസരിപ്പിച്ചുകൊണ്ട്.

സുപരിചിതമായ ബോളിവുഡ് മുഖങ്ങൾക്കു പകരം കരൺലൂണൽ (Karen Lunel) എന്ന മോഡൽ ഗേൾ പച്ചബിക്കിനി ധരിച്ച് വെള്ളച്ചാട്ടത്തിൽ പ്രസരിപ്പോടെ നീന്തിത്തുടിക്കുന്നതായിരുന്നു ലിറിലിന്റെ ആദ്യപരസ്യചിത്രം.

വർഷങ്ങൾകഴിഞ്ഞ്, പൂജ ബത്ര, പ്രീതി സിന്റ, ദീപിക പദുക്കോൺ തുടങ്ങിയ വെള്ളിത്തിരയുടെ നക്ഷത്രങ്ങൾ ലിറിൽ സുന്ദരിക്ക് ജീവൻ പകർന്നവരാണ്.

ഇന്ത്യയിലെ പ്രശസ്ത പരസ്യ ഏജൻസിയായ ലിന്റാസാണ് (Lintas) ലിറിലിന്റെ ഈ പരസ്യത്തിന് ആവിഷ്കാരമേകിയത്, 1974 ൽ. അന്നത്തെ ലിന്റാസ് ഇന്നത്തെ ലോ ലിന്റാസായി (Lowe Lintas & Partners) മാറി.

പ്രസ്റ്റീജ്

സ്വന്തം ഭാര്യയെ സ്നേഹിക്കുന്നവർ പ്രസ്റ്റീജ് എങ്ങനെ വേണ്ടെന്നുവെക്കും. (Jo biwi se kare pyaar, woh Prestige se kaise kare inkaar).

പ്രസ്റ്റീജിന്റെ പ്രശസ്തമായ ഈ ടാഗ് ലൈൻ ഇന്നും മാറ്റമില്ലാതെ പ്രയാണം തുടരുന്നു. ഇന്ത്യൻ വീട്ടമ്മമാരുടെ പ്രിയതോഴനായി, അവരുടെ അടുക്കള കീഴടക്കിയ വിപണന തന്ത്രമാണ് പ്രസ്റ്റീജ് എന്ന ബ്രാൻഡിനുപറയാനുള്ളത്. ഭാര്യ- ഭർത്തൃ ബന്ധത്തെ അതിമനോഹരമായി സ്പർശിക്കുകയും ഹൃദയസ്പർശിയായി ആവിഷ്ക്കരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ഈ പരസ്യം ഇന്നും മൂല്യ ശോഭയോടെ നിൽക്കുന്നു.

നിർമ്മ

വാഷിംഗ് പൗഡർ നിർമ്മ,
വാഷിംഗ്പൗഡർ നിർമ്മ,
ധൂത് സി സഫേദി
നിർമ്മ സേ ആയേ,
രംഗീൻ കപഡ ഭി, കിൽ, കിൽ ജായേ

80 കളിൽ ദൂരദർശനിൽ മുഴങ്ങിക്കേട്ട മനോഹരമായ നിർമ്മ ജിംഗിളിന് ബ്രാൻഡ് ബിൽഡിംഗിന്റെ വിജയഗാഥകൾ പറയാനുണ്ട്. 40 വർഷങ്ങൾ കഴിഞ്ഞെങ്കിലും ഇന്നും നിർമ്മ ബാലികയും, ഈ ജിംഗിളും മനസ്സിൽ നിറഞ്ഞുനിൽക്കുന്നു.

വലിയ ബിസിനസ് പാരമ്പര്യമോ മാർക്കറ്റിങ്ങ് വൈദഗ്ധ്യമോ അവകാശപ്പെടാനില്ലാത്ത, കർസൻ ഭായി ഖൂഡിദാസ് പട്ടേൽ (Karsanbhai Khodidas Patel), എന്ന സാധാരണക്കാനായ മനുഷ്യന്റെ അസാധാരണമായ ഇച്ഛാശക്തിയുടെ കഥയാണ്, നിർമ്മ.

ഏഷ്യൻ പെയിന്റ്സ്

ഓരോ വീടും, നിശബ്ദമായി, അതിൽ വസിക്കുന്നവരെക്കുറിച്ച് സംസാരിക്കുന്നു ('Har ghar chup chap se yeh kehta hai, ki andar isme kaun rehta hai).

ആഡ്ഗുരു പീയുഷ് പാണ്ഡേയുടെ ഈ വരികൾ ഏഷ്യൻ പെയിന്റസിന് പുത്തൻ നിറക്കൂട്ടുകൾ നൽകി. ഇന്നും ഓർമ്മകളിൽ, മായാതെ മങ്ങാതെ നിൽക്കുന്നു.

ഹമാര ബജാജ്

80 കളിലും 90 കളിലും ദൂരദർശനിലൂടെ പ്രേക്ഷകരെ വശീകരിച്ച പരസ്യങ്ങളുടെ ശക്തി മനോഹരമായ ജിംഗിളുകളായിരുന്നു. ഇതിൽ മുൻനിരയിലാണ് ബജാജിന്റെ സ്ഥാനം.

ഹമാര ബജാജ്, ബുലന്ദ് ഭാരത് കി ബുലന്ദ് തസ്വീർ, നയാ ഭാരത് കി നയാ തക്ദീർ ('Buland Bharat ki buland tasveer' and 'Naye Bharat ki nayi taqdeer) തുടങ്ങിയ വരികൾ ഇന്നും ചുണ്ടുകളിൽ തത്തിക്കളിക്കുന്നു.

കോംപ്ലാൻ

ഹോർലിക്സ്, ബൂസ്റ്റ്, ബോൺവിറ്റ തുടങ്ങിയ ഹെൽത്ത് ഡ്രിങ്കുകളുടെ മഹാപ്രവാഹത്തിന് മുൻപ് കുട്ടികളുടെ സ്വാദിഷ്ഠമായ ആരോഗ്യ പാനീയമായിരുന്നു, കോംപ്ലാൻ.

'I am a Complan Boy, 'I am a Complan girl' എന്ന രണ്ട് വരികൾ ഇന്നും മനസ്സിൽ മായാതെ നിൽക്കുന്നുവയാണ്. ●

Doordarshan logo was designed by Mr. Devashis Bhattacharya then a student of Visual Communication, National Institute of Design (NID). It was made as a part of classroom exercise to create logos. On September 15, 1959, logo celebrated the first launch of program broadcasting in India.

Doordarshan, India's public service broadcaster was launched in New Delhi on September 15, 1959, as part of Prasar Bharti (the public service broadcaster of the country). What started as an experimental telecast with the help of a small transmitter and a makeshift studio grew to become one of India's largest broadcasting organizations.



കെ.ആർ. മോഹൻദാസ്
കോപ്പിറൈറ്റർ
mohanmenon999@gmail.com



പ്രശസ്ത ഫിലിം എഡിറ്ററും സംവിധായകനുമായ മധു കൈനകരി തയ്യാറാക്കിയ തിരക്കഥ (ഹ്രസ്വചിത്രം)

VISUAL	AUDIO
Sc.1. Day/Ext Long shot of Church Cut to	Music Organ Playing Basic notes of western classical music. (In an elongated style)
Sc.2.Day/Int പള്ളി വരാന്ത *MLS* വരാന്തയിലൂടെ നീങ്ങുന്ന ക്യാമറ പള്ളി വികാരിയുടെ മുറിയുടെ വാതിലിൽ എത്തി. Cut to	Music Earlier music continues and a solo Violin joins with Same notes
Sc.3.Day/Int *MLS* വികാരിയുടെ മുറിയിൽ മേശമേൽ ചിതറിക്കിടക്കുന്ന X'Mas കാർഡുകൾ From MCS Pan and Tiltup from the cards on Table to include, സൗമ്യഭാവമുള്ള വികാരി	Music Single notes on a vibrophone.
MLS : മേശയ്ക്ക് പിന്നിൽ കസേരയിൽ ഇരിയ്ക്കുന്ന വികാരി, കാർഡുകൾ കൈകൊണ്ട് നീക്കി പരിശോധിക്കുന്നു.	Effects : Distant Church Bell rings three times.
MLS to CS: വികാരി ഒരു കാർഡ് എടുത്ത് നോക്കുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ മുഖത്തെ സൗമ്യഭാവം ഒരു തുറിച്ച് നോട്ടം ആയി മാറുന്നു. മെല്ലെ അദ്ദേഹത്തിന്റെ മുഖം മ്ലാന മാകുന്നു. Suggestion	Silence
വികാരിയുടെ Suggestionൽ കാണുന്ന X'Mas കാർഡ്. അതിൽ ഇങ്ങനെ എഴുതിയിരിക്കുന്നു. "If Christ had not Come".	Silence
CS of വികാരി. വികാരിയുടെ മുഖത്ത് നേരിയ ഭയം പടരുന്നു.	Music : Single Violin run
CS of X'Mas കാർഡ് അതിൽ എഴുതിയിരിയ്ക്കുന്നു "If I had not Come".	Silence
MLS: വികാരിയുടെ മുഖം. ആ മുഖത്ത് ഓവർലാപ്പ് ആകുന്ന ശബ്ദം. വികാരിയുടെ മുഖത്ത് നിർജീവത.	Voice : (ഘനമുള്ള ശബ്ദം) " ഞാൻ വന്നില്ലായിരുന്നെങ്കിൽ " (മൂന്ന് പ്രാവശ്യം)
Suggestion Shot വികാരിയുടെ Suggestion ൽ മേശമേൽ കിടക്കുന്ന കാർഡുകൾ കാണുന്നു. അവ ഒന്നിലും ചിത്രങ്ങളോ വാചകങ്ങളോ ഇല്ല.	Silence

CS of വികാരി. നിർജീവ ഭാവം TOP L മേശയ്ക്ക് പിന്നിൽ കസേരയിൽ ഇരിയ്ക്കുന്ന വികാരിയുടെ ദൃശ്യം. മേശമേൽ ചിതറിക്കിടക്കുന്ന ബ്ലാങ്ക് കാർഡുകൾ. ക്യാമറ താഴേക്ക് വന്ന് മേശയും ഇൻക്ല്യൂഡ് ചെയ്ത് വികാരിയുടെ MS ൽ വന്നു നിൽക്കുന്നു. പിന്നണിയിൽ കേൾക്കുന്ന ഒറ്റക്കമ്പി നാദത്തിന് അനുസരിച്ച് കണ്ണുകൾ മെല്ലെ മേലേയ്ക്ക് കാർഡുകളുടെ മേലേയ്ക്ക് തലവയ്ക്കുന്നു. അദ്ദേഹം ഒരു സ്വപ്നത്തിലേക്ക് വഴുതി പോകുന്നു. Narration തീരുന്നത് മുതൽ Visual Monochrome ആകുന്നു.	Music: Single Vision Run Music From MS of വികാരി. a single string music till he rests his head on the table with cards. Cards- fade - in narration with music. Narration: ''മാമരങ്ങളിൽ പുതു നാമ്പുകൾ വിരിഞ്ഞില്ല. മുന്തിരിവള്ളികൾ തളിർത്തില്ല, ഫലവൃക്ഷങ്ങൾ കായ്ച്ചില്ല, പാടങ്ങളിൽ ധാന്യമണികൾ വിളഞ്ഞില്ല. ആടുമാടുകൾ മേഞ്ഞു നടന്നില്ല...'' Music Music begins on the Monochrome and continues to next Scene. Agonising Single notes (unrythmic) Plucked from Violin strings
Sc.4.Day/Int The Dream *MLS* : From Monochrome Visual Changes to colour ഒരു വലിയ മുറിയിൽ വികാരി, ചുറ്റും കണ്ണോടിച്ച് നിൽക്കുന്നു. മെല്ലെ ചുറ്റും നോക്കി നടക്കുന്നു. ഇടത് വശത്ത് ഒരു മൂലയിൽ എന്തോ ശ്രദ്ധിച്ച് അങ്ങോട്ട് നീങ്ങി. അവിടെ ഒരു Photo Frame ന് മുന്നിൽ നിന്നു. *CS* of വികാരി – ദു:ഖവും വേദനയും കലർന്ന മുഖഭാവം. *CS* of photo frame: ഉള്ളിൽ ചിത്രം ഇല്ല. frame മാത്രം	Music Continues from previous monochrome Agonising Single notes (unrythmic) Plucked from Violin strings
LS : ചുറ്റിലുമുള്ള Frames നോക്കി എല്ലാം പോയ് നോക്കുന്ന വികാരി, ഒന്നിലും ചിത്രം ഇല്ല. *MLS :* വിഷണ്ണനായ വികാരി	Music Earlier music continues
MLS : from behind വികാരി. എന്തോ നോക്കി വലത്തേയ്ക്ക് നടന്ന് നീങ്ങുന്ന വികാരിയ്ക്കൊപ്പം നീങ്ങുന്ന ക്യാമറ, വികാരിയേയും ചേർത്ത് വന്ന് രൂപക്കൂടിന് മുന്നിൽ എത്തി നിന്നു. ഒഴിഞ്ഞ രൂപക്കൂടും മെഴുകുതിരി കാലുകളും. *CS :* വികാരിയുടെ വേദനയും മന:പീഢയും നിസ്സഹായതയും കലർന്ന മുഖഭാവം.	Music Earlier music continues
CS : ഒഴിഞ്ഞ രൂപക്കൂടും മെഴുകുതിരി കാലുകളും *LS:* വികാരിയുടെ മുഖത്ത് പരന്ന വേദന *MCS:* ഒഴിഞ്ഞ രൂപക്കൂടും മെഴുകുതിരി കാലുകളും *Cut To*	Music Continues from Scene Begining
SC. 5. Day/Ext *MLS :* അതീവ ദുഖിതനായി വെളിയിലേക്ക് ഇറങ്ങി വരുന്ന വികാരി. എന്തോ അന്വേഷിക്കുന്ന, പരിഭ്രമിച്ച മുഖഭാവം (Exit Right) Cut To	Silence
SC.5A Day/Ext *MLS* ൽ Frame Left ൽ നിന്നും Entry ആയി പൊതു വഴിയിൽ ഇറങ്ങി എന്തോ അന്വേഷിക്കും പോലെ നടക്കുന്ന വികാരി.	Silence
MS : Low L വികാരി നടക്കുന്നു. Circular Trolley Effect. : വേദനിയ്ക്കുന്ന അന്വേഷകന്റെ മുഖഭാവം.	Music ശോകസാന്ദ്രമായ Male voice Humming
വെറും കെട്ടിടങ്ങൾ മാത്രം കാണുന്ന വികാരി. തണൽ മരങ്ങൾ ഇല്ല..... നീർച്ചാലുകൾ ഇല്ല........ ഉണങ്ങി വരണ്ട ഭൂപ്രദേശം....... പള്ളി ഗോപുരങ്ങളോ മുകളിൽ കുരിശുകളോ ഇല്ല........ വെറും ചതുപ്പ് നിലങ്ങൾ..... Circular Trolley Effect ന് ഇടയിൽ ഈ ദൃശ്യങ്ങൾ cut ചെയ്യും ചുറ്റിനും നോക്കി നോക്കി പരിഭ്രമിച്ച് നീങ്ങുന്ന വികാരി. ലക്ഷ്യമില്ലാതെ നടക്കുന്നത് പോലെ നടന്ന് നീങ്ങി Frame Exit ആകുന്ന വികാരി. (Right Exit) Cut To	Narration: ''നീണ്ടു പരന്ന മരുപ്രദേശങ്ങൾ, ദാഹമകറ്റാൻ നീരുറവകൾ ഇല്ല, ഭീതിദമായ ഏകാന്തത, സാന്ത്വന ശബ്ദങ്ങൾ ഏതുമില്ല സ്നേഹവായ്പിന്റെ ചെറു ചിരികൾ കാണാനില്ല....'' Narration and music (continued) തേങ്ങൽ അടങ്ങുന്നില്ല The male voice Humming will follow in BG till scene end.

SC.6 Day/INT MLS: Panning left from Book Shelf in a library hall to include വികാരി. entering from left to frame. വികാരി ഒരു മൂലയിൽ ഉള്ള കസേരയിൽ വന്ന് ഇരുന്നു. MS : ചുറ്റിനും ഉള്ള ബുക്ക് ഷെൽഫിലേയ്ക്ക് കണ്ണോടിക്കുന്നു. P.O.V of വികാരി വികാരിയുടെ P.O.V ൽ ബുക്ക് ഷെൽഫുകൾ CS: വികാരിയുടെ മുഖത്ത് പ്രത്യാശയുടെ നേരിയ ഭാവം വിരിയുന്നു.	Silence
Suggestion Shot Suggestion of book shelf വികാരി എഴുന്നേറ്റ് ഷെൽഫിനടുത്തേക്ക് നടന്ന് വരുന്നു. പുസ്തകം നോക്കി നീങ്ങുന്ന വികാരിയ്ക്കൊപ്പം നീങ്ങുന്ന ക്യാമറ. ഷെൽഫിന്റെ ഒരറ്റത്ത് വന്ന് നിൽക്കുന്ന വികാരിയും ക്യാമറയും. അവിടെ പുസ്തകം ഇല്ല ക്യാമറ ഷെൽഫിന് അപ്പുറം വികാരി ഇപ്പുറം. ആ വിടവിലൂടെ കാണുന്ന വികാരിയുടെ മുഖത്ത് നഷ്ടബോധം. *MLS* : വികാരിയുടെ P.O.V ൽ ഷെൽഫുകൾ അവിടവിടെ പുസ്തകങ്ങൾ ഇല്ലാത്ത Empty space. MCS: Shelf ൽ പുസ്തകമില്ലാത്ത ഒരു വിടവിലൂടെ കാണുന്ന വികാരിയുടെ മുഖം. രക്ഷകന്റെ പുസ്തകങ്ങൾ ഒന്നും കണ്ടു കിട്ടാത്തതിന്റെ ദുഃഖം മുഖത്ത്. MLS : അന്വേഷിച്ച പുസ്തകങ്ങൾ കണ്ടുകിട്ടാത്ത ദു:ഖഭാരത്താൽ ഷെൽഫിന് അടുത്ത് നിന്ന് നടന്ന് നീങ്ങി ഹാളിന്റെ മൂലയിൽ ഉള്ള കസേരയിലേക്ക് വന്ന് ഇരിയ്ക്കുന്നു. (വന്ന് വീഴുന്നതുപോലെയാണ് കസേരയിലേക്ക് ഇരിയ്ക്കുന്നത്). പിന്നിലേയ്ക്ക് തല ചായ്ച്ച് മെല്ലെ കണ്ണുകൾ അടച്ചു. Cut To	Silence
SC.6A Day/INT CS: കസേരയിൽ പിന്നിലേയ്ക്ക് തല ചായ്ച്ച് ഇരിയ്ക്കുന്ന വികാരിയുടെ മുഖം. മുഖത്ത് വീഴുന്ന മണി ശബ്ദം. വികാരി മെല്ലെ കണ്ണുകൾ തുറക്കുന്നതിനൊപ്പം Camera trolley back. മുറിയിൽ കസേരയിൽ ഇരിയ്ക്കുന്ന വികാരി എഴുന്നേറ്റ് കതകിന് അടുത്ത് വന്ന് കതക് തുറക്കുന്നു.	മണിശബ്ദം (നാക്കുള്ള മണി) Not electric No Dialogues
വികാരിയോടൊപ്പം Pan ചെയ്ത camera MLS ൽ നിൽക്കുന്നു. ആഗതൻ അകത്ത് കടന്ന് വികാരിയോട് എന്തോ പറയുന്നു. അയാളുടെ മുഖത്ത് വിഷാദവും, ശരീരഭാഷയിൽ സങ്കടവും പ്രകടമാണ്. വികാരി തലകുലുക്കുന്നു, എന്നിട്ട് വാതലിന് പുറത്തിറങ്ങി കതകടച്ചു.	Music A sorrowful music flows out from a piano.
SC.7 Day/INT MS: ശവപ്പെട്ടിയിൽ കിടത്തിയിരിക്കുന്ന മൃതദേഹം. അതിനരികിൽ ഇരുന്ന് വിതുമ്പുന്ന മരിച്ച സ്ത്രീയുടെ മകൾ. MLS: മൃതദേഹത്തിന് അരികിലേക്ക് നീങ്ങുന്ന വികാരിയും, നേരത്തെ കണ്ട ആളും. (Both enter frame from left)	ഇടയ്ക്കിടെ കേൾക്കുന്ന ഏങ്ങലടികളും വിതുമ്പലുകളും
Camera slightly Top L ചുറ്റിനും കൂടി നിൽക്കുന്നവർ വികാരിയെ ശ്രദ്ധിക്കുന്നു. വിതുമ്പിക്കരയുന്ന മകളുടെ അടുത്തേക്ക് നീങ്ങി നിന്ന് വികാരി:-	"നിനക്ക് ആശ്വാസം ഏകുന്ന കാര്യങ്ങൾ ഞാൻ വായിക്കാം."
ഇതും പറഞ്ഞ് കൈയ്യിലുള്ള പുസ്തകം നിവർത്തി അതിലേയ്ക്ക് നോക്കി. Suggestion shot വികാരിയുടെ Suggestion ൽ പുസ്തകത്താൾ blank page.	Silence
CS: വികാരിയുടെ മുഖം	ഏങ്ങലടിച്ച് വിതുമ്പുന്ന ശബ്ദം
MCS: പെട്ടിയിലെ മൃതദേഹം CS: അരികിലിരുന്ന് വിതുമ്പുന്ന മകൾ MLS: ചുറ്റും കൂടി നിൽക്കുന്നവരുടെ മുഖത്ത് തളംകെട്ടി നിൽക്കുന്ന ഘനീഭവിച്ച ദു:ഖം. CS: കരച്ചിലിന്റെ വക്കത്തെത്തിയ വികാരിയുടെ മുഖം CS: വിതുമ്പിക്കൊണ്ട് വികാരിയെ നോക്കുന്ന മകൾ CS: വികാരിയുടെ ദുഖസാന്ദ്രമായ മുഖം	Music ദൂരെ നിന്നും ഒഴുകിയെത്തി, കാറ്റിന്റെ ഗതിയ്ക്കനുസരിച്ച് ഏറ്റക്കുറച്ചിലോടെ കേൾക്കുന്ന ഷെഹണായ് നാദം (Continue music till end mark)
CS: കൈയ്യിലെ പുസ്തകത്തിലെ ബ്ലാങ്ക് പേജ്	Music

MS: ചുറ്റും കൂടി നിൽക്കുന്നവരെ നിസ്സാഹായനായി നോക്കുന്ന വികാരി

P.O.V. MLS : ചുറ്റും കൂടി നിൽക്കുന്നവർ Including the Coffin

CS: വികാരി - മന:പീഢയും നിസ്സഹായതയും കലർന്ന മുഖ ഭാവം. വികാരിയുടെ കണ്ണിൽ നിന്നും ഒഴുകിയിറങ്ങുന്ന നീർച്ചാൽ

CS: വികാരിയുടെ കൈയ്യിലിരിക്കുന്ന തുറന്നു പിടിച്ച പുസ്തകം. ബ്ലാങ്ക് പേജ്.

MS: വികാരി:

Cut To

SC.8 Light Effect INT

MLS ഘനീഭവിച്ച ഇരുട്ടിന് നടുവിൽ മുകളിൽ നിന്നും പതിയ്ക്കുന്ന Single Source light ൽ കാണുന്ന വികാരി. വികാരിയുടെ മേൽ പതിയ്ക്കുന്ന ഘനമുള്ള ശബ്ദം:

Cut To

SC.8A Collage of Earlier Visuals

1. X Mas card with the writing If, Ihad not come
2. Hall with empty frames and candle stands
3. Exterior streets
4. Library Hall, shelves with empty spaces

All the above visuals in monochrome and slow motion

Cut To

SC.8B Light effect INT (As in Sc.8)

MLS: മുകളിൽ നിന്നും പതിയ്ക്കുന്ന Single Source light ൽ കാണുന്ന വികാരി നിൽക്കുന്നിടത്ത് നിന്ന് മെല്ലെ കറങ്ങുന്ന വികാരിയുടെ മേൽ വീഴുന്ന വെളിച്ചം അണയുന്നു. പൂർണ്ണ അന്ധകാരം

Cut To

SC.9 DAY/INT

Diagonal MLS : മേശമേൽ തലചായ്ച്ച് കിടക്കുന്ന വികാരി. അദ്ദേഹത്തിന് മേൽ വീഴുന്ന മുൻ സീനിൽ നിന്നുള്ള Choir Music (only BGM)

ഞെട്ടി ഉണർന്ന് കണ്ണ് തുറക്കുന്ന വികാരി

CS: വികാരിയുടെ മുഖത്ത് ആനന്ദ നിർവൃതി വിടരുന്നു.

MLS : വികാരി കൈ രണ്ടും ഉയർത്തി ഹർഷോന്മാദത്തോടെ: അത്യുന്നതങ്ങളിൽ ദൈവത്തിന് സ്തുതി......

Cut To

SC.10 DAY/INT

MS: Christmas പ്രമാണിച്ച് ഒരുക്കിയിരിക്കുന്ന പുൽക്കൂടിന്റെ ഇല്യുമിനേഷൻ

MLS: Christmas tree decorated

CS: പുൽക്കൂട്ടിലെ വിവിധ രൂപങ്ങൾ Angels, wise men, father Joseph, lambs etc.

കാലിതൊഴുത്തിൽ മാതാവിനൊപ്പം ഉണ്ണിയേശു

CAPTION

With voice over audio

"As passengers it is not for us to interfere with the charts and the compass.We should leave the Masterful Captain alone to do His own work.

- Robert Hall

Merry X'Mas

Music till here

വികാരി: (പതിഞ്ഞ ശബ്ദത്തിൽ പുലമ്പുന്നു)
മനുഷ്യാ നീ മണ്ണാകുന്നു
മനുഷ്യാ നീ മണ്ണാകുന്നു
മണ്ണ് മണ്ണോട് ചേരുന്നു
മണ്ണ് മണ്ണോട് ചേരുന്നു

''ഞാൻ വന്നില്ലായിരുന്നെങ്കിൽ''
(3 times)

Narration:
"ദൈവമേ... എന്റെ നാവ് വരണ്ടുണങ്ങുന്നു. എന്നിലാകെ അന്ധകാരം പടർന്നിരിയ്ക്കുന്നു..."
Music begin (on the Darkness) Begining Bars of Choir Mass (BGM)

Music
Continues from previous Scence
(Only BGM)

Music
Choir music (Only BGM) Continues

Female Voice
കവിതയുടെ ഈണത്തിൽ ശ്രുതിയിൽ ചൊല്ലുന്നു.

കാറ്റിൽ പരക്കുന്നൊരീണം, വാനിൽ
തെളിയുന്നു താരം, രാജാധിരാജൻ
ഭൂജാതനായി ഭൂമിയിൽ സ്നേഹപ്രവാഹമായി, യേശു നാഥൻ

Male Voice: **ഇമ്മാനുവൽ**
The Prince of Peace.



മധു കൈനകരി



കണ്ണും കണ്ണും തമ്മിൽ തമ്മിൽ

'എന്റെ കണ്ണുകൾ ഒരു സമുദ്രമാണ്, അതിൽ എന്റെ സ്വപ്നങ്ങൾ പ്രതിഫലിക്കുന്നു ' – അന്ന എം. ഉല്ലിച്ച്

നമ്മുടെ ശരീരത്തിലെ ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട ഇന്ദ്രിയങ്ങളിൽ ഒന്നാണ് കണ്ണ്. ശരീരത്തിലെ ഏറ്റവും വികസിതമായ ഇന്ദ്രിയവും കണ്ണുതന്നെയാണ്. നമ്മൾ മനസ്സിലാക്കുന്ന അറിവിന്റെയും വിവരങ്ങളുടെയും എൺപത് ശതമാനവും കണ്ണിലൂടെയാണ് സാധ്യമാവുന്നത്. നിങ്ങളുടെ കണ്ണുകൾക്ക് ഒരു മില്ലി സെക്കൻഡ് സമയം കൊണ്ട് ദശലക്ഷത്തിലധികം സിഗ്നലുകൾ പിടിച്ചെടുക്കാനും വ്യാഖ്യാനിക്കാനും തലച്ചോറിലേക്ക് പകരാ നും കഴിയും. കണ്ണുകൾ ശരിക്കും അത്ഭുതകരമായ ഒരു അവയവം തന്നെയാണ്. കണ്ണുകൾ ഒരു മനുഷ്യനെ അവന്റെ ചുറ്റുപാടുകളുമായി ബന്ധിപ്പിക്കുവാൻ സഹായിക്കുന്നു. ശരീരഭാഷ ഉപയോഗിച്ചുള്ള ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ഭൂരിഭാഗവും നാം ശ്രദ്ധിക്കുകയും പ്രകടിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നത് കണ്ണുകൾ ഉപയോഗിച്ചാണ്.

നമ്മുടെ കണ്ണുകൾ നമ്മുടെ ചിന്തകളെയും വികാരങ്ങളെയും വലിയൊരു അളവിൽ വെളിപ്പെടുത്തുന്നു. അതുകൊണ്ട് തന്നയാവാം കണ്ണുകൾ ആത്മാവിന്റെ ജാലകം എന്നു പറയാറുണ്ട്.

അമേരിക്കൻ തത്വചിന്തകനും എഴുത്തുകാരനുമായ ഹെന്റെറി ഡേവിഡ് തോറോയുടെ അഭിപ്രായത്തിൽ 'കണ്ണ് ശരീരത്തിന്റെ രത്നമാണ്'. കണ്ണുകൾ കൊണ്ടുള്ള സമ്പർക്കം (Eye contact) അഥവാ നേത്ര സമ്പർക്കം എന്നത് ആശയവിനിമയത്തിൽ പരമപ്രധാനമാണ്. നേത്രസമ്പർക്കം ആശയവിനിമയത്തിൽ ശ്രദ്ധയെ സൂചിപ്പിക്കുന്നു. അതുപോല തന്നെ ആശയവിനിമയത്തിൽ ഏർപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന ആളുകൾ തമ്മിൽ ഒരു ആത്മ ബന്ധം സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനും ഇത് സഹായിക്കുന്നു. ശരിയായ നേത്രസമ്പർക്കം നിങ്ങളോട് സംവദിക്കുന്നവരോട് കൂടുതൽ അടുക്കുവാനും നിങ്ങളുടെ ഇടപെടൽ അവർക്ക് ഒരു പോസിറ്റീവ് അനുഭവമാക്കി മാറ്റുവാനും സഹായിക്കുന്നു. ഒരാളുടെ വ്യക്തിത്വത്തിന്റെ മാറ്റുകൂട്ടുന്നതിനും കൂടുതൽ ആകർഷണീയതയുള്ള ആളായി മാറുന്നതിനും നേത്രസമ്പർക്കം സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. ഒരു അഭിഭാഷകനെ കേസിൽ വിജയിപ്പിക്കുവാനും ഒരു നടന് ആരാധകരെ നേടാനും ഒരു നേതാവിന് അനുയായികളുടെ ഹൃദയം കവരാനുമൊക്കെ നേത്ര ബന്ധം വലിയ രീതിയിൽ സഹായിക്കുന്നുണ്ട്. ഒരു സംഗീതജ്ഞൻ തന്റെ പ്രേക്ഷകരുമായി എത്രത്തോളം നേത്രസമ്പർക്കം പുലർത്തുന്നുവോ അത്രത്തോളം അവർ അയാളുടെ സംഗീതം ആസ്വദിക്കുന്നു എന്നാണ് പഠനങ്ങൾ തെളിയിക്കുന്നത്. ആത്മവിശ്വാസം, ബഹുമാനം, സാമൂഹിക ആശയവിനിമയം എന്നിവയുടെ അർത്ഥവത്തായ അടയാളമായി നേത്രസമ്പർക്കത്തെ നമുക്ക് നിർവചിക്കുവാൻ കഴിയും.

വിടരുന്ന കണ്ണുകൾ ചുരുങ്ങുന്ന കണ്ണുകൾ

വലിയ അളവിൽ ഇലാസ്തികതയുള്ള ഇന്ദ്രിയമാണ് കണ്ണ്. ചുരുങ്ങിയ സമയംകൊണ്ട് വിടരുകയും ചുരുങ്ങുകയും ചെയ്യാൻ കണ്ണിന്റെ കൃഷ്ണമണിക്ക് കഴിവുണ്ട്. അത്ഭുതവും ആശ്ചര്യവും അനുഭവപ്പെടുന്ന സന്ദർഭങ്ങളിലാണ് കണ്ണുകൾ സാധാരണയായി വിടരുന്നത്. അതേ സമയം തന്നെ ദേഷ്യവും സമ്മർദ്ദവും ഉള്ള സമയത്ത് കൃഷ്ണമണി ചുരുങ്ങുകയും ചെയ്യുന്നു.

നേത്ര ദിശയും സൂചനകളും

സംഭാഷണ സമയത്തുള്ള കണ്ണുകളുടെ ചലന ദിശ നമുക്ക് ഒരുപാട് സൂചനകൾ തരുന്നുണ്ട്. ഒരാൾ സംസാരിക്കുമ്പോൾ കണ്ണുകൾ ഇടതുവശത്ത് മുകളിലേക്ക് നോക്കുന്നത് വിവരങ്ങൾ ഓർത്തെടുക്കുന്നതിന്റെ സൂചനയാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് രാവിലെ പ്രാതലിന് എന്താണ് കഴിച്ചതെന്ന് നിങ്ങളുടെ സുഹൃത്തി

നോട് ചോദിച്ചാൽ അയാൾ അത് ഓർത്തെടുക്കുന്ന സമയത്ത് കണ്ണുകളുടെ ചലനം ഇപ്രകാരം ഇടതുവശത്ത് മുകളിലേക്കായിരിക്കും.

കണ്ണുകൾ മുകളിൽ വലതുവശത്തേക്ക് നോക്കുന്നത് മാനസിക ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നതിന്റെ സൂചനയാണ്. ഉദാഹരണത്തിന് നിങ്ങൾ ഒരാളോട് ഒരു ലോട്ടറി അടിച്ചാൽ എന്തു ചെയ്യും എന്ന് ചോദിക്കുമ്പോൾ അയാൾ അതിനെപ്പറ്റി സങ്കൽപ്പിച്ച് പറയുന്ന അവസരത്തിൽ കണ്ണുകളുടെ ചലനം ഇപ്രകാരം മുകളിൽ വലതുവശത്തേക്കായിരിക്കും. ഒരാൾ ഏതെങ്കിലും കാര്യത്തിൽ നുണ പറയുമ്പോഴും നേത്രദിശ സമാന രീതിയിലായിരിക്കും.

നോട്ടങ്ങൾ വിവിധതരം

നോക്കുന്ന രീതിയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ നോട്ടങ്ങളെ നമുക്ക് പൊതുവേ മൂന്നായി തിരിക്കാം.

ബിസിനസ്സ് നോട്ടം (Business Eye Contact)

ഗൗരവമുള്ള കാര്യങ്ങൾ സംസാരിക്കുന്ന സമയത്ത് അവലംബിക്കാവുന്ന ഒരു തരം നോട്ടമാണിത്. ഇരു കണ്ണുകൾക്കും നെറ്റിക്കുമിടയിലുള്ള തലതിരിഞ്ഞ ഒരു സാങ്കല്പിക പിരമിഡുകളിലാണ് നിങ്ങളുടെ നോട്ടമെങ്കിൽ അത് ബിസിനസ്സ് നോട്ടമാണ്.

സമൂഹിക നോട്ടം (Social Eye Contact)

പൊതുവായ സാമൂഹിക സാഹചര്യങ്ങളിൽ നമ്മൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന നോട്ടമാണിത്. ഒരു മീറ്റിംഗിലോ ഷോപ്പിംഗ് അവസരത്തിലോ ഒക്കെ നമുക്ക് ഇത് കാണുവാൻ സാധിക്കും. കണ്ണുകൾക്കും താടിക്കും ഇടയിൽ ഉള്ള തലതിരിഞ്ഞ ഒരു പിരിമിഡിനുള്ളിലാണ് നിങ്ങളുടെ നോട്ടമെങ്കിൽ അതിനെ നമ്മൾ സാമൂഹിക നോട്ടമെന്ന് വിളിക്കുന്നു.

അടുപ്പമുള്ള നോട്ടം (Intimate Eye Contact)

അടുപ്പമുള്ള ആളുകൾ തമ്മിലുള്ള സംഭാഷണത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന നോട്ടമാണിത്. കുടുംബാംഗങ്ങളോടും സുഹൃത്തുക്കളോടും ആശയവിനിമയം നടത്തുമ്പോൾ ഇത്തരത്തിലുള്ള നോട്ടം നമുക്ക് കാണുവാൻ സാധിക്കും. കണ്ണുകൾക്കും വയറിനുമിടയിൽ ഉള്ള തലതിരിഞ്ഞ ഒരു പിരമിഡുനുള്ളിലാണ് നിങ്ങളുടെ നോട്ടമെങ്കിൽ അതിനെ നമുക്ക് അടുപ്പമുള്ള നോട്ടം എന്ന് പറയാം.

നുണ പറയുന്ന ആളുകൾ നേത്രസമ്പർക്കം പരമാവധി ഒഴിവാക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നു. വികാരങ്ങൾ മറയ്ക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതിന്റെ ഭാഗമായാണിത്. ഒഴിവാക്കുന്ന നേത്രസമ്പർക്കം അസ്വസ്ഥതയുടെ അടയാളമായും പറയാറുണ്ട്. പുരുഷന്മാരെ അപേക്ഷിച്ച് സ്ത്രീകൾക്ക് നേത്ര സമ്പർക്കം പുലർത്തുവാൻ സ്വാഭാവികമായി തന്നെ കഴിയാറുണ്ട് എന്നാണ് പഠനങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്നത്. അതുപോലെ തന്നെ രണ്ട് പേർ തമ്മിൽ സംസാരിക്കുമ്പോൾ അവരിൽ പദവിയിൽ ഉയർന്ന വ്യക്തി കൂടുതൽ നേത്ര സമ്പർക്കം പുലർത്തുന്നു എന്നും കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഒരു സംഭാഷണത്തിൽ ഒരാൾ നേത്രസമ്പർക്കം ആരംഭിച്ച് കഴിഞ്ഞാൽ മറ്റേ ആൾ അത് പിന്തുടരാനുള്ള സാധ്യത കൂടുതലാണ്. സംസാരിക്കുന്ന അവസരത്തിൽ നേത്രസമ്പർക്കം കൂടുതലും കേൾക്കുന്ന അവസരത്തിൽ ഇത് താരതമ്യേന കുറവുമാണ്. എന്നാൽ ഇത് നേരെ തിരിച്ചാവുന്നതാണ് ഉചിതം. 50/70 നിയമം ഇവിടെ പ്രസക്തമാണ്. സംസാരിക്കുമ്പോൾ അൻപത് ശതമാനം സമയവും കേൾക്കുമ്പോൾ എഴുപതു ശതമാനം സമയവും നേത്ര സമ്പർക്കം പുലർത്തണം എന്നതാണിത്. പക്ഷേ തുറിച്ച് നോട്ടം ഒഴിവാക്കേണ്ടതാണെന്ന് പ്രത്യേകം ഓർമ്മിപ്പിക്കേണ്ടതില്ലല്ലോ.

ഒരു സംഘം ആളുകളോട് സംസാരിക്കുന്ന അവസരത്തിൽ ആ സംഘത്തിലെ ആളുകളെ ഓരോരുത്തരെയായി മാറിമാറി പരഗണിക്കേണ്ടതുണ്ട്. ഇത്തരത്തിലുള്ള നേത്രസമ്പർക്കം വഴി ആ സംഘത്തിലെ എല്ലാവരുമായും സംസാരിക്കുവാനും അവരെ എല്ലാവരെയും സംഭാഷണത്തിൽ താൽപര്യമുള്ളവരാക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

'ജനങ്ങളെ മനസ്സിലാക്കുവാൻ ആദ്യം അവരുടെ കണ്ണുകളോട് സംസാരിക്കണം' എന്ന നെപ്പോളിയൻ ബോണപ്പാർട്ടിന്റെ അഭിപ്രായം ഇവിടെ പ്രസക്തമാണ്. മറ്റൊരാളുടെ കണ്ണിലേക്ക് നോക്കുന്നത് അൽപ്പം ബുദ്ധിമുട്ടായി തോന്നുകയാണെങ്കിൽ അവരുടെ മുഖത്ത് കണ്ണുകൾക്കും വായ്ക്കും ചുറ്റും ഒരു സാങ്കല്പിക വിപരീത ത്രികോണം വരയ്ക്കുക. അതിനുശേഷം സംഭാഷണ സമയത്ത് ത്രികോണത്തിലെ ഒരു പോയിന്റിൽ നിന്ന് മറ്റൊന്നിലേക്ക് ഓരോ അഞ്ചു മുതൽ പത്തു വരെ സെക്കന്റിൽ നോട്ടം മാറ്റി കൊണ്ടിരിക്കുക. ഇത് മറ്റുള്ളവരെ നിങ്ങളുടെ സംഭാഷണത്തിൽ താൽപര്യമുള്ളവരാക്കി മാറ്റും.

നേത്ര സമ്പർക്കത്തിന്റെ സമയത്ത് നമ്മുടെ ശരീരത്തിൽ നിന്ന് സൗഹൃദത്തിന്റെയും സ്നേഹത്തിന്റെയും ഹോർമോണായ ഓക്സിടോക്സിൻ പുറന്തള്ളുന്നതാണ് നേത്ര ബന്ധം സൗഹൃദങ്ങളെ ഊട്ടിയുറപ്പിക്കുന്നതിന് പിന്നിലുള്ള ശാസ്ത്രീയ കാരണം.

കണ്ണു ചിമ്മലും നേത്രബന്ധത്തിൽ വളരെ പ്രധാനമാണ്. ഒരു മിനിട്ടിൽ ഇരുപത് പ്രാവശ്യമാണ് സാധാരണഗതിയിലുള്ള കണ്ണ് ചിമ്മൽ. ഇതിൽ കൂടുതലുള്ള കണ്ണു ചിമ്മലുകൾ ശരീരിക അടുപ്പത്തേയാണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. സൗഹൃദമുള്ള ആളുകളോട് സംസാരിക്കുമ്പോൾ നാം കൂടുതലായി നേത്രബന്ധം പുലർത്താറുണ്ട്.Greater the eye contact, closer the relationship' 'നേത്രബന്ധം എത്ര കൂടുതലാണോ ബന്ധങ്ങൾ അത്ര ദൃഢമായിരിക്കും' എന്നു പറയുന്നതിന്റെ കാരണമിതാണ്. നേത്ര സമ്പർക്കത്തിന്റെ സമയത്ത് നമ്മുടെ ശരീരത്തിൽ നിന്ന് സൗഹൃദത്തിന്റെയും സ്നേഹത്തിന്റെയും ഹോർമോണായ ഓക്സിടോക്സിൻ പുറന്തള്ളുന്നതാണ് നേത്ര ബന്ധം സൗഹൃദങ്ങളെ ഊട്ടിയുറപ്പിക്കുന്നതിന് പിന്നിലുള്ള





ശാസ്ത്രീയ കാരണം.

നേത്രബന്ധത്തിന്റെ സ്വാഭാവികമായ ഉപയോഗത്തിന് മികച്ച പരിശീലനം ആവശ്യമാണ്. അടുത്ത ഒരു സുഹൃത്തിന്റെ കണ്ണിൽ നോക്കി നേത്രബന്ധത്തിന്റെ വിവിധവശങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുന്നത് ഉചിതമായിരിക്കും. കണ്ണാടിയിൽ നോക്കി നിങ്ങളുടെ തന്നെ കണ്ണുകളോട് നേത്രസമ്പർക്കം പുലർത്തി പരിശീലിക്കുന്നതും മികച്ച ഒരു രീതിയാണ്.

നേത്രസമ്പർക്കം പുലർത്താനുള്ള കഴിവ് ആധുനിക കാലത്ത് ആളുകളിൽ കുറഞ്ഞുവരുന്നതായാണ് കാണുവാൻ സാധിക്കുന്നത്. ഇത് സംഭാഷണങ്ങളെ കൂടുതൽ വിരസമാക്കുവാനിടയുണ്ട്. കണ്ണുകൾ നിങ്ങളുടെ അന്തരികതയുടെ പ്രതിഫലനമാണെന്ന് മറക്കാതിരിക്കാം. സംസാരിക്കുമ്പോൾ നേത്ര സമ്പർക്കം നൽകുന്നതും സ്വീകരിക്കുന്നതും നല്ല സംഭാഷണത്തിന്റെ സൂചനയാണെന്ന് മറക്കാതിരിക്കുക. 'വാക്കുകൾ നിയന്ത്രിക്കപ്പെടുന്നിടത്ത് കണ്ണുകൾ സംസാരിക്കാറുണ്ട്' എന്ന സാമുവൽ റിച്ചാർഡ്സണിന്റെ വാക്കുകൾ സംഭാഷണ സന്ദർഭങ്ങളിൽ നേത്രബന്ധത്തിനുള്ള പ്രാധാന്യത്തിന് അടിവരയിടുന്നു. കണ്ണുകൾ ശരീരത്തിന്റെ കേന്ദ്രബിന്ദുവാണ്. കണ്ണുകളിലെ പേശികളിൽനിന്ന് സങ്കീർണ്ണമായ വികാരങ്ങൾ നമുക്ക് വായിക്കുവാൻ കഴിയും എന്നത് ഒരു സാധ്യതയാണ്. മികച്ച പരിശീലനത്തിലൂടെ ഈ സാധ്യതയെ പ്രയോജനപ്പെടുത്താൻ നമുക്ക് സാധിക്കട്ടെ. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര
അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് & ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com



ക്രിയാത്മക മനോഭാവം

നിങ്ങൾ ഏതു മേഖല തെരഞ്ഞെടുത്താലും പടികൾ ചവുട്ടിക്കയറുവാനും ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്ത് എത്തുവാനും ശുഭ പ്രതീക്ഷയോടു കൂടിയ മനോഭാവമാണു ഉണ്ടാകേണ്ടത്. നമുക്ക് നേടാനാവത്തത് ഒന്നുമില്ല. അതിനു ആത്മബലവും ശരിയായൊരു കാഴ്ചപ്പാടുമാണ് ആവശ്യം.

ജീവിതത്തോടു ക്രിയത്മകമനോഭാവം പുലർത്തുന്ന വ്യക്തി ജീവതത്തിൽ തന്റെ പേരാട്ടത്തിന്റെ പകുതി വിജയിച്ചിരിക്കുന്നു. ഹാർവസ് സർവ്വകലാശാല നടത്തിയൊരു പഠനത്തിൽ ഒരാൾ ഒരു തൊഴിലിൽ ഏർപ്പെടുന്നത് 85 ശതമാനം അയാളുടെ മനോഭാവത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിലാണെന്ന് കണ്ടെത്തിയിട്ടുണ്ട്. പതിനഞ്ചു ശതമാനം പേർ മാത്രമാണു വസ്തുതകൾ സംബന്ധിച്ച അറിവും മിടുക്കും കൊണ്ട് തൊഴിൽ രംഗത്ത് ശോഭിക്കുന്നത്.

നിങ്ങളുടെ ജീവിതവിജയം എപ്പോഴും നിങ്ങളുടെ മനോഭവത്തെ ആശ്രയിച്ചരിക്കുന്നു. പകുതി വെള്ളം നിറഞ്ഞ ഒരു ഗ്ലാസിൽ നോക്കി ഒരാൾ അതു പകുതി നിറഞ്ഞതാണെന്ന് പറയുമ്പോൾ മറ്റൊരാൾ ആ ഗ്ലാസ് പകുതി ഒഴിഞ്ഞതാണെന്നാവും പറയുക നമ്മുടെ കാഴ്ചപ്പാടിലാണ് ഈ വ്യത്യാസം.

നിങ്ങൾ ഏതു മേഖല തെരഞ്ഞെടുത്താലും പടികൾ ചവുട്ടിക്കയറാനും ലക്ഷ്യസ്ഥാനത്ത് എത്തുവാനും നമുക്ക് ശുഭ പ്രതീക്ഷയോടു കൂടിയ മനോഭാവം ഉണ്ടാവണം.

ദാവീദിന്റെയും ഗോലിയാത്തിന്റെയും കഥ മനോഭാവം വരുത്തുന്ന വ്യത്യാസത്തിന്റെ മികച്ച ഉദാഹരണമാണ്. ദാവീദ് കഷ്ടിച്ചു പതിനേഴു വയസുമാത്രം പ്രാ

തോമസ് എഡിസൻ

യമായ ഒരു ഇടയബാലനായിരുന്നു. ആ ചെറിയ ബാലനാണ് ഒരു ഭീമാകാരനെതിരെ പോരാട്ടത്തിനിറങ്ങിയത്. ദാവീദിന്റെ സഹോദരൻ അദ്ദേഹത്തെ വിലക്കി. പരാജപ്പെടുത്താൻ അയാൾ നിന്നേക്കാൾ എത്രയോ വലിയവനാണെന്ന് നീ മനസ്സിലാക്കുന്നില്ലേ എന്നായിരുന്നു ചോദ്യം പക്ഷേ ദാവീദ് പറഞ്ഞു അല്ല അയാൾ ഏറ്റുമുട്ടാൻ കഴിയുന്നതിനേക്കാൾ വലുതല്ല. പക്ഷേ പരാജയപ്പെടാൻ മാത്രം വലുതാണു താനും ദാവീദിന്റെ ഈ മനോഭാവമാണ് രാക്ഷസരൂപനായ ഗോലിയാത്തിൽ നിന്നും ഇസ്രായേൽക്കാരെ രക്ഷിക്കാൻ സഹായകമായത്.

ഒരു എഴുത്തു പരീക്ഷക്കോ ഇന്റർവ്യുവിനോ പങ്കെടുക്കും മുമ്പ് തന്നെ എനിക്കിതു ചെയ്യാൻ ആവില്ല എന്ന് ഒരു ഉദ്യോഗാർത്ഥി സ്വയം പറഞ്ഞാൽ അയാൾക്ക് ഒരിക്കലും അതിൽ വിജയിക്കാനാകില്ല എന്നാൽ എനിക്കിത് സാധിക്കും എന്നാണ് പറയുന്നതെങ്കിൽ പ്രതിബന്ധങ്ങളെ അതിജീവിച്ച് വിജയിയാകാൻ അയാൾക്ക് സാധിക്കും. നമുക്ക് നേടാനാവത്തത് ഒന്നുമില്ല. നമുക്ക് ആത്മബലവും ശരിയായൊരു കഴ്ചപ്പാടും ഉണ്ടെങ്കിൽ.

ഒരു വ്യക്തിയുടെ മനോഭാവം അവന്റെ സാഹചര്യങ്ങളുമായി അഭേദ്യമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് കിടക്കുന്നത്. കുടുംബം, വിദ്യാലയം, തൊഴിൽ സ്ഥലം, സാംസ്കാരികമായ പൈതൃകം, മതപരമായ വളർച്ച, സാമൂഹിക ചുറ്റുപാടുകൾ, രാഷ്ട്രീയ സ്വാധീനങ്ങൾ എന്നിവയക്കെ നമ്മുടെ മനോഭാവവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു കിടക്കുന്നു. സാഹചര്യം കഴിഞ്ഞാൽ ഒരാളുടെ പഠന യോഗ്യതയും അനുഭവ പരിജ്ഞാനവുമാണ് നമ്മുടെ മനോഭാവത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നത്. ഫോണോഗ്രാഫ് കണ്ടുപിടിച്ച തോമസ് എഡിസന്റെ കഥ നമുക്ക് പരിശോധിക്കാം. എഡിസന്റെ ക്രിയാത്മക മനോഭാവമാണ് ഫോണോഗ്രാഫിന്റെ കണ്ടുപിടിത്തത്തിലേക്ക് അദ്ദേഹത്തെ നയിച്ചത്. ഒരു അഗ്നി ബാധയിൽ എഡിസന് തന്റെ ഫാക്ടറി നഷ്ടമായി ലക്ഷകണക്കിന് ഡോളറാണ് ഇതിലൂടെ നഷ്ടമായത്. അന്ന് എഡിസന് 67 വയസ്സായിരുന്നു. പക്ഷേ പ്രായം അദ്ദേഹത്തിന്റെ ജോലിക്ക് തടസ്സമായിരുന്നില്ല. തന്റെ ജീവിതകാലം മുഴുവൻ സമ്പാദിച്ച സ്വത്ത് നഷ്ടപ്പെട്ടപ്പോഴും അദ്ദേഹം വ്യഥിതഹൃദയനായില്ല നേരെ മറിച്ച് അതെക്കുറിച്ച് അദ്ദേഹത്തിന്റെ പ്രതികരണം ഇങ്ങനെയായിരുന്നു. തകർച്ചകൾക്ക് വലിയൊരു മൂല്യമുണ്ട്. നമ്മുടെ തെറ്റുകൾ എല്ലാം അഗ്നിശുദ്ധി വരുത്തുന്നു. പുതിയൊരു തുടക്കത്തിനായി നമ്മുക്ക് ദൈവത്തിനോട് നന്ദി പറയാം ഈ സംഭവത്തിന് ശേഷമാണ് എഡിസൺ ഫോണോഗ്രാഫ് കണ്ടുപിടിച്ചത്.

ക്രിയാത്മക മനോഭാവം ഉള്ളവരിലാണ് കൂടുതൽ പ്രസാദാത്മകമായ വ്യക്തിത്വം ഉണ്ടാകുന്നത്. അവർ മറ്റുള്ളവരോട് പരിഗണനയുള്ളവരും ആത്മവിശ്വാസവും ക്ഷമയും ഉള്ളവരുമായിരിക്കും. നമ്മൾ എവിടെ ചെന്നാലും നമ്മെക്കുറിച്ച് മതിപ്പുളവാക്കാൻ അനിവാര്യമായ ഗുണങ്ങളാണിവ. എന്നാൽ നിഷേധാത്മക മനോഭാവമുള്ളവർ പൊതുവെ കടുപ്പക്കാരും മോശമായ പെരുമാറ്റമുള്ളവരും ഒരു കാര്യത്തിലും താല്പര്യമില്ലാത്തവരുമായിരിക്കും. ജീവിതത്തിന്റെ ഏതു ഘട്ടത്തിലും ക്രിയാത്മക മനോഭാവം വികസിപ്പിച്ചെടുക്കാനാവും. സത്യം, ആത്മാർത്ഥത, നന്മ എന്നിവ അടങ്ങിയിട്ടുള്ള കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് ക്രിയാത്മകമായി ചിന്തിക്കുകയാണ് വേണ്ടത്. നിത്യഹരിതമായൊരു ചെടിപോലെയാണ് ശുഭാപ്തി വിശ്വാസിയായൊരു മനുഷ്യൻ. അത്തരമൊരു മനോഭാവത്തിന് താഴെപ്പറയുന്ന നേട്ടങ്ങളുണ്ടാവും.

- പ്രവർത്തനക്ഷമത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു
- സംഘബോധത്തോടെയുള്ള ജോലി ഉറപ്പാക്കുന്നു
- പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാൻ സഹായകമാവുന്നു.
- കൂടുതൽ സൗഹൃദപൂർണ്ണമായ അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിക്കുന്നു.
- തൊഴിൽദാതാവ്, തൊഴിലാളികൾ, ഇടപാടുകാർ എന്നിവരുമായി ആരോഗ്യകരമായ ബന്ധം വളർത്തിയെടുക്കാൻ കഴിയുന്നു.
- ഗുണമേൻമ വർദ്ധിക്കുന്നു.

എന്തിനെയും വിമർശനാത്മകമായി കാണാതെ ക്രിയാത്മക വശം കാണാൻ ശ്രമിക്കണം. സുഹൃത്തുക്കളെ സമ്പാദിക്കാനും എല്ലാവരിൽ നിന്നും സ്നേഹം സമ്പാദിക്കുവാനും ഇതാണ് ഏറ്റവും നല്ല മാർഗം.

പ്രകൃതിയുടെ സൗന്ദര്യത്തെക്കുറിച്ചും ജീവന്റെ പ്രാധാന്യത്തെക്കുറിച്ചും ഒരു പരിഷ്കർത്താവ് ജയിലിൽ രണ്ട് തവടുകാരെ പഠിപ്പിക്കാൻ ശ്രമിക്കുകയായിരുന്നു. തങ്ങളുടെ ശിക്ഷാകാലാവധി കഴിഞ്ഞ് ഇരുവരും ജയിൽ വിടാൻ ഒരുങ്ങുകയാണ്. ഈ അവസരത്തിൽ ഉദ്ബോധകൻ നിങ്ങൾ എന്താണ് പുറംലോകത്തു കാണുന്നതെന്ന് ഇരുവരോടും ആരാഞ്ഞു. ആദ്യ തടവുകാരൻ ഇപ്രകാരം പറഞ്ഞു. അഴിമതി, ദാരിദ്ര്യം, വൃത്തിഹീനമായ അന്തരീക്ഷം എന്നിവ ഞാൻ ചുറ്റുപാടും കാണുന്നു. രണ്ടാമത്തെ തടവുകാരൻ പറഞ്ഞത് ഇപ്രകാരമായിരുന്നു. പക്ഷികൾ, ആകാശം, സൂര്യകിരണങ്ങൾ തുടങ്ങി ചുറ്റുപാടും സൗന്ദര്യം ഞാൻ കാണുന്നു. ജയിൽ വിമോചിതനായ ഇവരിൽ രണ്ടാമത്തെയാൾ തന്റെ ദുർനടത്തിപ്പുകളൊക്കെ മാറ്റി സമാധാനപൂർണ്ണമായൊരു ജീവിതം നയിച്ചു. എന്നാൽ ഒന്നാമൻ മോഷ്ടാവായി തന്റെ പഴയ ജീവിതം തന്നെ തുടർന്നു.

ക്രിയാത്മക മനോഭാവം പുലർത്തിയാൽ നിങ്ങൾക്ക് നിങ്ങളിൽ തന്നെയും ചുറ്റുമുള്ള സമൂഹത്തിലും മാറ്റം ദർശിക്കുവാൻ കഴിയും. ●



ഫാ. ഡോ. യബ്ബേസ് പീറ്റർ
ചൈൽഡ് വെൽഫെയർ ബോർഡ്
കമ്മറ്റി മെമ്പർ



ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.

മധു വയ്പന എന്ന പ്രതിഭ

യാദൃശ്ചികമായി ഒരിക്കൽ മദ്രാസിൽ വച്ച് കുങ്കുമം, കേരളശബ്ദം തുടങ്ങിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ ഉടമയായ കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാരേയും കേരളശബ്ദം എഡിറ്റർ കെ.വി.എസ്.ഇളയതിനേയും മധുവയ്പന കാണാനിടയായി. സംസാരത്തിനിടയിൽ കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാർ ഒരു സിനിമാ വരിക തുടങ്ങുന്നതിനെക്കുറിച്ചു പറഞ്ഞു. അങ്ങിനെ ആ പ്രസിദ്ധീകരണം 'നാന' തുടങ്ങിയപ്പോൾ മധു അതിന്റെ മദ്രാസ് ലേഖകനായി.

ഒരു കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് എന്ന നിലയിൽ അവിടവിടെ വരച്ചു മുന്നേറുന്ന കാലത്ത് അസാധു വിനോദമാസികയിൽ 1979 മേയ് ലക്കത്തിൽ ഒരു അരപ്പേജ് പരസ്യം കണ്ടു. ജൂൺ ഒന്നിന് ഛായ സിനിമാ ദ്വൈവാരിക തിരുവനന്തപുരത്തു നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്നു. ഒരു സുന്ദരിയുടെ ചിത്രത്തോടെയുള്ള ആ പരസ്യം എനിക്ക് ഏറെ ഇഷ്ടമായി. ഞാൻ ഉടൻ അതിലേക്ക് കുറച്ച് കാർട്ടൂണുകൾ വരച്ചയച്ചു. മടക്കത്തപാലിൽ തന്നെ മറുപടി വന്നു.

''കാർട്ടൂണുകൾ കിട്ടി, പ്രസിദ്ധീകരിക്കാൻ കൊള്ളാവുന്ന സ്റ്റൈൽ ആണ്. ഉടനെ കുറച്ചു കാർട്ടൂണുകൾ കൂടി വരച്ചയക്കുമല്ലോ. മുറയ്ക്ക് പ്രസിദ്ധീകരിക്കാം. സ്നേഹപൂർവ്വം മധു വയ്പ്പന.

ആ കത്ത് ഒരു നീണ്ട സൗഹൃദത്തിന് തുടക്കമിടുകയായിരുന്നു. അതെ, പത്രപ്രവർത്തന രംഗത്ത് എനിക്ക് വഴികാട്ടിയും ഉപദേഷ്ടാവുമൊക്കയായി അദ്ദേഹം മാറി.

പാലായിലെ പ്രശസ്തമായ വയ്പന കുടുംബത്തിൽ ജനിച്ച മധുസൂദനൻ നായർ നിയമ വിദ്യാഭ്യാസത്തിനു ശേഷം കുടുംബ ബിസിനസ്സിൽ സഹായിക്കാൻ കൽക്കത്തയ്ക്ക് പോയി.

കൽക്കട്ടയിൽ ഒട്ടേറെ റബ്ബർ ഫാക്ടറികളുണ്ട്. കോട്ടയത്തുള്ള ഒട്ടുമിക്ക റബ്ബർ കച്ചവടക്കാർ

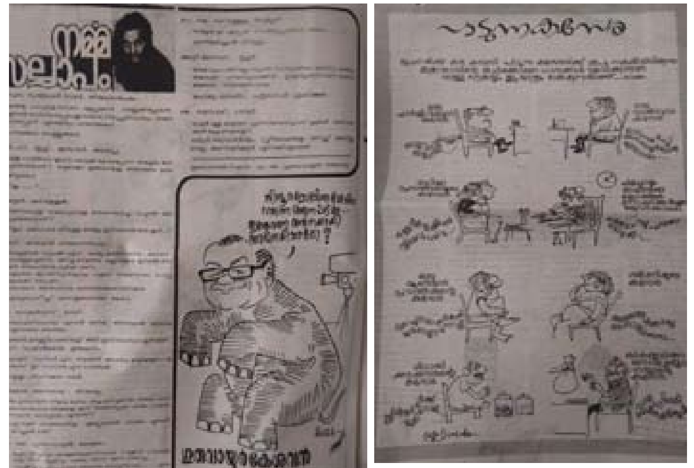
ക്കെല്ലാം കൽക്കട്ടയിൽ ബ്രാഞ്ചുകളുണ്ട്. കൂടുതൽ വില അവിടെ ലഭിച്ചിരുന്നതാണിതിനു കാരണം. മധുവിന്റെ അമ്മാവൻ റബ്ബർ കച്ചവടം നടത്തുന്ന ആളാണ്. തോട്ടവുമുണ്ട്. അതുകൊണ്ടു തന്നെ അനന്തരവൻ കൽക്കട്ടയിൽ റബ്ബർ ബിസിനസ്സിൽ സഹായിക്കട്ടെ - അങ്ങനെയാണ് കക്ഷി കൽക്കത്തയിൽ എത്തിയത്.

അവിടെ ചെന്നതിന്റെ അടുത്ത ദിവസം വലിയൊരു മുസ്ലീം - ഹിന്ദു വർഗീയ ലഹള നടന്നു. ഹിന്ദുക്കളെ സഹായിക്കാൻ സിക്കുകാർ വന്നു പഞ്ചാബിൽ നിന്ന്. പോലീസ് വെടിവെയ്പിൽ 11 പേർ മരിച്ചു. മധു കണ്ട കാര്യങ്ങളെല്ലാം അന്നു രാത്രിയിൽ ഇരുന്നു എഴുതി കൊല്ലത്തു നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന കേരളശബ്ദത്തിന് അയച്ചുകൊടുത്തു. അടുത്ത ലക്കത്തിൽ തന്നെ 'മധു വയ്പന' എന്ന ബൈലൈനിൽ അതൊക്കെ അച്ചടിച്ചു വന്നതോടെ ഒരു പത്രപ്രവർത്തകൻ ജനിക്കുകയായി. തുടർന്ന് മധു കേരളശബ്ദത്തിന്റെ കൽക്കത്ത ലേഖകനായി. ബംഗാളി- ഇംഗ്ലീഷ് സിനിമകളെക്കുറിച്ച് സിനിരമയിലും എഴുതാൻ തുടങ്ങി.

യാദൃശ്ചികമായി ഒരിക്കൽ മദ്രാസിൽ വച്ച് കുങ്കുമം, കേരളശബ്ദം തുടങ്ങിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ ഉടമയായ കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാരേയും കേരളശബ്ദം എഡിറ്റർ കെ.വി.എസ്.ഇളയതിനേയും മധുവയ്പന കാണാനിടയായി. സംസാരത്തിനിടയിൽ കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാർ ഒരു സിനിമാ വരിക തുടങ്ങുന്നതിനെക്കുറിച്ചു പറഞ്ഞു. അങ്ങിനെ ആ പ്രസിദ്ധീകരണം 'നാന' തുടങ്ങിയപ്പോൾ മധു അതിന്റെ മദ്രാസ് ലേഖകനായി. അതുവരെ സിനിമാനടീനടന്മാരിൽ നിന്നും പണം പറ്റി അവരെ സ്തുതിച്ചെഴുതുന്ന ലേഖനങ്ങളാണ് സിനിമാ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിൽ വന്നിരുന്നുള്ളൂ. മധു അതാകെ മാറ്റി മറിച്ചു. സിനിമാരംഗത്തെ പല അണിയറക്കഥകളും പുറത്തുകൊണ്ടുവന്നു. പിന്നീട് അദ്ദേഹം നാനയുടെ എഡിറ്റർ ആയി. അങ്ങനെ മദ്രാസിൽ നാനയുടെ റിപ്പോർട്ടറുടെ ഒഴിവിൽ പുതുതായി വന്നയാളാണ് ബാലചന്ദ്രമേനോൻ എന്ന സിനിമാക്കാരൻ.

1975 ജൂലൈയിൽ മധുവയ്പന നാനയുടെ എഡിറ്ററായ ഉടൻ അദ്ദേഹത്തിനൊരു കത്തു കിട്ടി. 'മധുവേട്ടാ നമ്മൾ ബന്ധുക്കളാണ് എന്നു തുടങ്ങുന്ന കത്തിൽ അതെങ്ങനെയെന്ന് വിവരിച്ചിരുന്നു. അതുവരെ മധുവിന് അറിയാതിരുന്നൊരു കാര്യം' ഒരു നിബന്ധനമാത്രമാണ് ബാലചന്ദ്രന്റെ മുന്നിൽ വയ്പന വച്ചുള്ളൂ. നമ്മൾ ബന്ധുക്കളാണെന്ന് ഓഫീസിൽ അറിയരുത്. അങ്ങനെ എഡിറ്ററായി മധുവും മദ്രാസ് ലേഖകനായി ബാലചന്ദ്രമേനോനും ഒന്നര വർഷക്കാലം തുടർന്നു. ബന്ധുവിനെ മധു അകമഴിഞ്ഞ് പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുകയും ചെയ്തു. തുടർന്ന് മാനേജ്മെന്റുമായുള്ള അഭിപ്രായ വ്യത്യാസത്തെത്തുടർന്ന് വയ്പന 'നാന'യിൽ നിന്നും പിരിയുന്നു. തുടർന്ന് സ്വന്തമായി 'രംഗം'എന്ന പേരിൽ ഒരു സിനിമാ ദ്വൈവാരിക വയ്പന തുടങ്ങുന്നു. ഫെമിനയുടെ വലുപ്പത്തിൽ. അങ്ങിനെയൊന്ന് മലയാളത്തിൽ ആദ്യമായിരുന്നു. മേനോനും'നാന'യിൽ നിന്ന് രാജിവെച്ച് രംഗത്തിന്റെ മദ്രാസ് ലേഖകനായി മാറി. അവിടേയും വയ്പന അർഹിക്കുന്നതിലേറെ സ്ഥാനം നൽകി ബന്ധുവിനെ പ്രോത്സാഹിപ്പിച്ചു. അതുപയോഗിച്ചാണ് ബാലചന്ദ്രമേനോൻ സിനിമാസംവധാനത്തിലേക്ക് തിരിഞ്ഞത്. 'ഉത്രാടരാത്രി' എന്നൊരു ചിത്രം സംവിധാനം ചെയ്തു.

'രംഗം' മലയാള പ്രസിദ്ധീകരണരംഗത്ത് ഏറെ ചലനങ്ങളുണ്ടാക്കി. മോഹൻ വയ്പന മാനേജിംഗ് എഡിറ്ററും മധുവയ്പന ചീഫ് എഡിറ്ററും ബാലചന്ദ്രമേനോൻ



എഡിറ്റർ (മദ്രാസ്) ഇങ്ങനെയാണ് ക്രെഡിറ്റ് ലൈനിൽ കൊടുത്തിരുന്നത്. തീർന്നില്ല, എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിൽ വലിയൊരു നിര തന്നെയുണ്ടായിരുന്നു. റിസർച്ചർ: പി.ആർ.നായർ ഡി.സി. (ഇ), ആർട്ട് ഡയറക്ടർ:ഷാജി എം, ഫോട്ടോഗ്രാഫർ: ശിവകുമാർ, ഓർഗനൈസർ: കുര്യൻ ജോർജ് എം.എ., നിയമേപദേഷ്ടാവ്:അഡ്വ.ശിവശങ്കരൻ നായർ, പ്രതിനിധികൾ (ഓണററി) ഡൽഹി- മാവേലിക്കര രാമചന്ദ്രൻ, കൽക്കത്ത - ജി. ചന്ദ്രൻ, ബോംബെ- രവി, ബാംഗ്ലൂർ - തുറവൂർ ചന്ദ്രൻ, വെസ്റ്റ് ജർമ്മനി- ജോർജ് പ്രകാശ്, പാരീസ്- ജെറാൾഡ് പെദ്രാഗ്ലിയ, ന്യൂയോർക്ക് - എ.വി. തോമസ്, ലണ്ടൻ- ജി.സി. പട്ടേൽ, ടോക്കിയോ - ഹിദിയോ ഇസാക്കി, യു.എ.ഇ.- സോമൻ, സിംഗപ്പൂർ- കെ.ജി.നായർ

മനോഹരമായ ഓഫ്സെറ്റ് പ്രിന്റിംഗിൽ ഇത്ര വിപുലമായൊരു പ്രസിദ്ധീകരണം. അഭിപ്രായം വെട്ടിത്തുറന്ന് എഴുതാനുള്ള അവസരം. ഓരോ ലക്കവും ഒന്നിനൊന്ന് മെച്ചം.

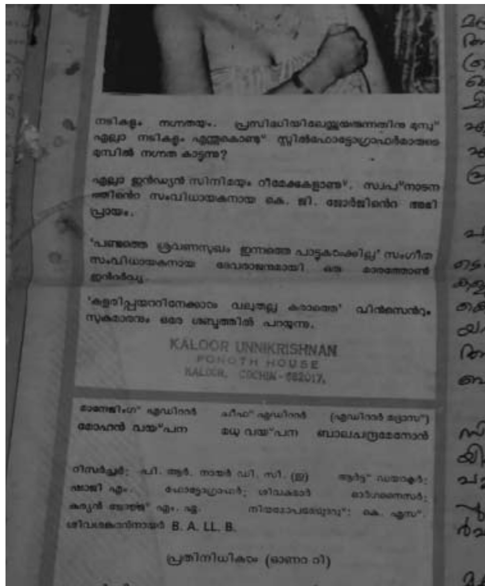
'നടികളും നഗ്നതയും പ്രസിദ്ധിയിലേക്ക് ഉയരും മുമ്പ് എല്ലാ നടികളും എന്തുകൊണ്ട് സ്റ്റിൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാരുടെ മുന്നിൽ നഗ്നത കാട്ടുന്നത്?'

ഏതാണ്ട് രണ്ടു വർഷക്കാലം മികച്ച രീതിയിൽ പോയിരുന്ന 'രംഗം' വലിയ സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധിയിൽ കുരുങ്ങി. മധുവയ്പനയ്ക്ക് പ്രസിദ്ധീകരണം നിർത്തിവയ്ക്കുകയല്ലാതെ മറ്റു വഴികളില്ലായിരുന്നു.



രംഗം ദ്വൈവാരികയുടെ പ്രകാശനവേള







'എല്ലാ ഇന്ത്യൻ സിനിമകളും റീമേക്കുകളാണ്. സ്വപ്നാടനത്തിന്റെ സംവിധായകനായ കെ.ജി.ജോർജിന്റെ അഭിപ്രായം'

'പണ്ടത്തെ ശ്രവണസുഖം ഇന്നത്തെ പാട്ടുകൾക്കില്ല. സംഗീത സംവിധായകനായ ദേവരാജനുമായി ഒരു മാരത്തോൺ ഇന്റർവ്യൂ'

'കളരിപ്പയറ്റിനേക്കാൾ വലുതല്ല. കരാട്ടെ - വിൻസെന്റും സുകുമാരനും ഒരേ ശബ്ദത്തിൽ പറയുന്നു.'

കാർട്ടൂണിസ്റ്റ് സുകുമാറിന്റെ സിനിമാക്കഷായം, യേശുദാസന്റെ ഫുൾപേജ് കാർട്ടൂൺ, നടൻ സോമനുമായുള്ള നർമ്മ സല്ലാപം. ഉരുളയ്ക്ക് ഉപ്പേരിപോലുള്ള മറുപടികളായിരുന്നു ഇതിൽ.

ഒരു ചോദ്യം ഇങ്ങനെ: വി.കിഷോർ, തിരുവനന്തപുരം: നട്ടെല്ലിന്റെ വല്ലാത്ത വളവ്, മേദസ്സു കയറുന്ന ശരീരം, കുടവയറ്, കഴുത്തിൽ, സ്വർണ്ണച്ചെയിൻ, കുടിച്ചുകിറുങ്ങിയ കണ്ണുകൾ ഇന്നത്തെ സോമൻ തികഞ്ഞൊരു ബൂർഷ്വാ തന്നെ:

എവിടെ ആ തെറിച്ച മെല്ലിച്ച പയ്യൻ? ഗായത്രിയിലെ ചെറുപ്പക്കാരൻ പയ്യൻ? റിബൽ ? ഇപ്പോഴത്തെ സോമനെ ആകെയൊന്ന് കുടഞ്ഞ് എടുക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

ഉത്തരം: ഉരുട്ടൽ ഒഴിച്ച് എന്തുവേണമോ ആകാം.

ഇങ്ങനെ സൂര്യനു കീഴെയുള്ള എന്തും ചോദിക്കാൻ സ്വാതന്ത്ര്യമുള്ള രസികൻ പേജായിരുന്നു നർമ്മ സല്ലാപം.

ഏതാണ്ട് രണ്ടു വർഷക്കാലം മികച്ച രീതിയിൽ പോയിരുന്ന 'രംഗം' വലിയ സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധിയിൽ കുരുങ്ങി. മധുവയ്പ്പനയ്ക്ക് പ്രസിദ്ധീകരണം നിർത്തിവയ്ക്കുകയല്ലാതെ മറ്റു വഴികളില്ലായിരുന്നു. 'രംഗം' അവസാനിച്ചതോടെ ബാലചന്ദ്രമേനോൻ വീണ്ടും കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാരുടെ ചാരത്തെത്തി കുമാരി വാരികയുടെ സബ് എഡിറ്ററായി മാറി. അവിടെ ഇരുന്ന് റെഡ്യാരെക്കൊണ്ട് രാധ എന്ന പെൺകുട്ടി എന്ന സിനിമ എടുപ്പിച്ചു. അവരുടെ തന്നെ 'കലിക' എന്ന രണ്ടാമത്തെ ചിത്രം നിർമ്മാണത്തിന്റെ രണ്ടാം ഘട്ടത്തിൽ എത്തിയപ്പോൾ ബാലചന്ദ്രമേനോനെ അതിൽ നിന്നും പുറത്താക്കി. മേനോന്റെ പേരില്ലാതെയാണ് ആ ചിത്രം പുറത്തിറങ്ങിയത്.

ഈ അവസരത്തിലാണ് കേരള സാഹിത്യ അക്കാദമിയുടെ ക്ഷണം ലഭിക്കുന്നത്. സാഹിത്യ ലോകം, സാഹിത്യ ചക്രവാളം എന്നീ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ ഓണററി എഡിറ്ററുടെ ചുമതലയായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന് ലഭിച്ചത്. ●

(തുടരും)



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

സമയം ഇല്ല പോലും

ഇന്നത്തെക്കാലത്ത് ആർക്കും സമയം തികയുന്നില്ല. ഒരു ദിവസമെന്നത് 24 മണിക്കൂറിന് പകരം നാൽപത്തിയെട്ട് മണിക്കൂറായാൽ ഏറെ സന്തോഷം. ഒരു ദിവസത്തിൽ ലഭ്യമാകുന്ന ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂർ എന്നത് ഒരു നാനോ സെക്കന്റ് പോലും നീട്ടാൻ മനുഷ്യന് സാധിക്കുന്നില്ല അതിൽ ലഭ്യമായ സമയത്തിനുള്ളിൽ പരമാവധി കാര്യങ്ങൾ എങ്ങനെ കാര്യക്ഷമമായി ചെയ്തു തീർക്കാം എന്നതാണ് ഓരോ വ്യക്തിയും ഇന്ന് അനുഭവിക്കുന്ന പ്രധാന പ്രശ്നം.

കാലത്ത് നടക്കാൻ പോയപ്പോൾ
വഴിയിൽവീണുകിടന്ന
തലേന്നത്തെ സമയങ്ങൾ
ആരും കാണാതെ പെറുക്കിയെടുത്തു.
കീശയിലോ മടിക്കുത്തിലോ ഒളിപ്പിച്ചു.
കഷ്ടപ്പെട്ടു സമ്പാദിച്ച സമയമെല്ലാം
ഇപ്പോൾ പലയിടങ്ങളിലായി
സൂക്ഷിച്ചുവെച്ചിരിക്കയാണ്.
പറമ്പിൽ, പാടത്ത് ,
വീട്ടിൽ, രഹസ്യ അറകളിൽ
എവിടെയെല്ലാമെന്ന്
എനിക്ക് പോലും ഓർമ്മയില്ല

ടി.പി.രാജീവന്റെ കവിതയിലെ ചില വരികളാണ് മുകളിൽ കൊടുത്തിരിക്കുന്നത്. ഒളിപ്പിച്ചുവെച്ച സമയം എവിടെയെല്ലാമെന്ന് അറിയാതെ നട്ടം തിരിയുന്നവരാണ് നമ്മിൽ പലരും.

ഇന്നത്തെക്കാലത്ത് ആർക്കും സമയം തികയുന്നില്ല. ഒരു ദിവസമെന്നത് 24 മണിക്കൂറിന് പകരം നാൽപ്പത്തിയെട്ട് മണിക്കൂറായാൽ ഏറെ സന്തോഷം. ഒരു ദിവസത്തിൽ ലഭ്യമാകുന്ന ഇരുപത്തിനാല് മണിക്കൂർ എന്നത് ഒരു നാനോ സെക്കന്റ് പോലും നീട്ടാൻ മനുഷ്യന് സാധിക്കാത്തതിനാലാണ് നാം വിമാനത്തിന്റെയും കാറിന്റെയും ഒക്കെ വേഗത വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നത്. ലഭ്യമായ സമയത്തിനുള്ളിൽ പരമാവധി കാര്യങ്ങൾ എങ്ങനെ കാര്യക്ഷമമായി ചെയ്തു തീർക്കാം എന്നതാണ് ഓരോ വ്യക്തിയും ഇന്ന് അനുഭവിക്കുന്ന പ്രധാന പ്രശ്നം.

മെട്രോമെൻ ശ്രീധരൻ ഈയിടെ കേരളഹൈക്കോടതിയിൽ ഒരു കേസ് കൊടുത്തു. എതിർ പാർട്ടി കേരള സർക്കാർ. കേസിന്റെ പശ്ചാത്തലം ഇങ്ങനെ.കേരളത്തിലുണ്ടായ വെള്ളപ്പൊക്കത്തിനു ശേഷം ഇത്തരം ദുരന്തം ആവർത്തിക്കാതിരിക്കാൻ ചെയ്യേണ്ട നിർദ്ദേശങ്ങളുടെ ദീർഘമായ പട്ടിക അയച്ചു കൊടുത്തു. ഇതിനെക്കുറിച്ച് യാതൊരു നടപടിയുമുണ്ടാകാതിരുന്നപ്പോഴാണ് ശ്രീധരൻ ഹൈക്കോടതിയെ സമീപിച്ചത്.അടുത്ത മഴക്ക് ഇനി ഏതാനും മാസം മാത്രം. അപ്പോഴും ഇതൊന്നും പരിഗണിക്കാതെ സർക്കാർ തിരക്കുപിടിച്ച് എന്താണ് ചെയ്തുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത് എന്ന ചോദ്യമാണ് ശ്രീധരനെ കോടതിയിലെത്തിച്ചത്. എന്താണ് സർക്കാരിന്റെ മുൻഗണന എന്നറിയാനായിരുന്നു ആ ശ്രമം.

സമയം എങ്ങനെ വിനയോഗിക്കുന്നു എന്ന് കൃത്യമായി അറിയുന്നവരാണ് സമർത്ഥരായ എക്സിക്യൂട്ടീവുകൾ. പ്രവൃത്തികൾ കൃത്യമായി ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നതും അവ അതുപോലെ നടപ്പിലാക്കുന്നതുമാണ് ഇവരുടെ വിജയത്തിനു പിന്നിലെ രഹസ്യം.



പാഴാക്കാനുള്ളതല്ല സമയം എന്ന് നമുക്കറിയാം. കൈവിട്ടുപോയാൽ തിരിച്ചുകിട്ടുകയില്ലെന്നും. എന്നിട്ടും സമയം ഫലപ്രദമായി ഉപയോഗിക്കാനും അതുവഴി ജീവിതത്തിൽ കൂടുതൽ കാര്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കാനും നമുക്ക് കഴിയുന്നുമില്ല.

എന്തിനും ഏതിനും സമയമില്ല എന്ന് വിലപിക്കുന്നവരുടെ കൂട്ടത്തിലാണോ നിങ്ങൾ? എങ്കിൽ ഒരു നിമിഷം ആലോചിച്ചുനോക്കൂ. ദിവാസ്വപ്നം കണ്ട് എത്രസമയം നമ്മൾ വെറുതെ കളയുന്നുണ്ട്. ഇന്നു ചെയ്യേണ്ടത് നാളേക്ക് മാറ്റിവെച്ചതുമൂലം എത്ര സമയം പാഴാക്കിയിട്ടുണ്ട്. നടക്കാത്ത കാര്യത്തെക്കുറിച്ചും കഴിഞ്ഞ കാര്യത്തെക്കുറിച്ചും മനസ്സു പുണ്ണാക്കി എത്രസമയം കളഞ്ഞിട്ടുണ്ട്.

അപ്പോൾ മനസ്സിലാകും നാം അത്ര സമയക്കുറവുള്ള ആളൊന്നുമല്ല. ജീവിതം ആസൂത്രണം ചെയ്ത് മുന്നേറുമ്പോൾ സമയമില്ല എന്ന പരാതി പറയാറില്ല. അവർക്ക് അതെങ്ങനെ സാധിക്കുന്നു. ഇവർ ഒരിക്കലും സമയമില്ല എന്ന പല്ലവി ആവർത്തിക്കാറില്ല. സമയമില്ല എന്നതുകൊണ്ട് അർത്ഥമാക്കപ്പെടുന്നത് സമയത്തിന്റെ ദൈർഘ്യം കുറഞ്ഞു എന്നൊന്നുമല്ലല്ലോ? ചെയ്തു തീർക്കേണ്ട പ്രവർത്തിയുമായി തട്ടിച്ചു നോക്കുമ്പോൾ സമയക്കുറവ് അനുഭവപ്പെടുന്നു എന്നല്ലേ ഇതുകൊണ്ട് ഉദ്ദേശിക്കുന്നത്.

ഭരണശാസ്ത്രത്തിന്റെ (Management Science) ഗുരുക്കന്മാരിൽ ഒരാളായ പീറ്റർ ഡ്രക്കർ (Peter Drucker) തന്റെ Efffective Executive എന്ന ലേഖനത്തിൽ ഇതിനെക്കുറിച്ച് പറയുന്നുണ്ട്. ഇതിൽ പ്രധാനം പ്രവർത്തന കെണിയാണ് (Activity Trap). വളരെയധികം കാര്യങ്ങൾ ചെയ്തുകൂട്ടുന്നത് വലിയൊരു കാര്യമാണെന്ന ചിന്ത. ഇത് വെറുമൊരു മിഥ്യയാണ്.

പ്രവൃത്തികൾക്ക് ലക്ഷ്യമുണ്ടാകണം. ലക്ഷ്യമില്ലാത്ത പ്രവൃത്തി ദുരഭിമാനം വർദ്ധിപ്പിക്കാൻ ഉതകുമെങ്കിലും അതുകൊണ്ട് സ്ഥാപനത്തിനോ വ്യക്തിക്കോ യാതൊരു ഗുണവുമുണ്ടാകുന്നില്ല. നാം സൃഷ്ടിക്കുന്ന തിരക്കുകൾക്ക് പിന്നിലെ പൊള്ളയായ യാഥാർത്ഥ്യവും ഇതുതന്നെയാണ്.

തന്റെ ലക്ഷ്യം എന്തെന്ന് തീരുമാനിച്ച് ഉറപ്പിക്കുകയാണ് സമയലാഭത്തിലേക്ക് എത്തുന്നതിനുള്ള ആദ്യപടി. ഈ തീരുമാനത്തിലെത്തിയാൽ മറ്റൊന്നിനു വേണ്ടിയും സമയം കളയുകയില്ല എന്ന് പ്രതിജ്ഞ എടുക്കണം. അപ്പോൾ ഓരോ ദിവസം ചെയ്തു തീർക്കേണ്ട കാര്യങ്ങളുടെ പട്ടിക തലേന്ന് തന്നെ തയ്യാറാക്കാൻ കഴിയും.

നമ്മുടെ ജോലിയുടെ 20 ശതമാനം ചെയ്ത് തീർത്താൽ ലക്ഷ്യത്തിന്റെ 80 ശതമാനം കൈവരിക്കാൻ കഴിയും എന്നതാണ് പരേറ്റോയുടെ 80/20 എന്ന തത്വം പറയുന്നത്. ആയതിനാൽ ഒരു വ്യക്തി അയാളുടെ ദീർഘകാല ലക്ഷ്യങ്ങളുടെയും ഒരു ലിസ്റ്റ് തയ്യാറാക്കുക.

പിന്നീട് ഇതനുസരിച്ച് ദിവസവും ചെയ്തു തീർക്കേണ്ട ജോലികളുടെ ലിസ്റ്റ് തയ്യാറാക്കുക.

പീറ്റർ ഡ്രക്കർ പ്രവർത്തികളുടെ മുൻഗണനാപ്രാധാന്യത്തെക്കുറിച്ചും തന്റെ ലേഖനത്തിൽ പറയുന്നുണ്ട്. മുൻഗണന പ്രാധാന്യമില്ലാത്തവ അപ്പോൾ തന്നെ ചെയ്തു തീർക്കേണ്ട കാര്യമില്ല. അതിനാൽ പ്രാധാന്യമുള്ളവയേയും ഇല്ലാത്തവയേയും തിരിച്ചറിയാനുള്ള കഴിവാണ് നേതൃത്വത്തിലിരിക്കുന്നവർക്ക് വേണ്ട അവശ്യഗുണം.

പ്രവൃത്തി എടുക്കുന്നതിലെ വേഗതയാണ് മറ്റൊരു പ്രധാന ഘടകം. ഒരു മണിക്കൂർ കൊണ്ട് ചെയ്ത് തീർക്കേണ്ട ജോലിക്ക് ഒരു ദിവസം ലഭിച്ചാൽ മെല്ലെപ്പോക്ക് തുടരുന്നവരാണ് നമ്മിൽ ഭൂരിപക്ഷവും. ഇവർ സ്വന്തം കഴിവിനെ നശിപ്പിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. മത്സരാധിഷ്ഠിതമായ ഇന്നത്തെ ലോകത്ത് ഏവരും കാര്യക്ഷമതയുള്ളവരാകേണ്ടതുണ്ട്. വേഗത ശീലിച്ച് ഏറെകാര്യങ്ങൾ ചെയ്തുതീർത്താൽ ആർക്കും അത് സാധിക്കാവുന്നതേയുള്ളൂ. ജോലി തീർക്കാൻ ലഭ്യമായ സമയത്തിനനുസരിച്ച് ജോലിയും വികസിക്കുന്നു എന്നാണ് ബ്രിട്ടീഷ് ചിത്രകാരനായ പാർക്കിൻസൺ പറയുന്നത്. നാം അറിയാതെ തന്നെ ഈ കെണിയിൽ പെട്ടുപോകാറുണ്ട്. കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായി സമയം ഉപയോഗിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിൽ നിന്നും രക്ഷപ്പെടാനുള്ള മാർഗം.

കാണാതെ പോകുന്ന സമയം:

നമ്മുടെ സമയത്തിന്റെ നല്ലൊരു പങ്കും കാണാതെ പോയ വസ്തുക്കൾ തിരയുന്നതിനാണ് ചിലവഴിക്കുന്നത്. കാണാതെ പോയവക്കായി ഒരു വ്യക്തി ഒരു ദിവസം ഒരു മണിക്കൂർ ചെലവഴിക്കുന്നുണ്ടെന്നാണ് വിദഗ്ധപഠനങ്ങൾ തെളിയിക്കുന്നത്. വീടും ജോലിസ്ഥലവും അടുക്കും ചിട്ടയോടും കൂടി സൂക്ഷിച്ചാൽ ആവശ്യമുള്ള സാധനങ്ങൾ തെരഞ്ഞ് വിലപ്പെട്ട സമയം പാഴാക്കേണ്ടി വരില്ല. എല്ലാറ്റിനും അതിന്റേതായ സ്ഥലം കരുതിവെക്കുക.

പല എഴുത്തുകാരും നേരത്തെ ഉണർന്ന് എഴുതാനിരിക്കുന്നവരാണ്. അതാണ് അവരുടെ പ്രൈം ടൈം. ഏത് വ്യക്തിക്കും തന്റെ പ്രവൃത്തിദിവസത്തിൽ ഏകാഗ്രതയും ഊർജ്ജസ്വലതയും അനുഭവപ്പെടുന്ന സവിശേഷമായ സമയം ഉണ്ടായിരിക്കും. മുഖ്യസമയം, അഥവാ പ്രൈം ടൈം എന്ന് ഇത് അറിയപ്പെടുന്നു.

നമ്മുടെ മുഖ്യസമയം മനസ്സിലാക്കി പ്രയാസമുള്ള ജോലികൾ ഈ സമയത്ത് ചെയ്യുക. സമയം കാര്യക്ഷമമായി ഉപയോഗിക്കാനായി ജോലി അതിൽ അറിവും സ്കില്ലുമുള്ളവർക്ക് വീതിച്ചു നൽകുക. അവർ നമ്മേക്കാൾ ചെലവുകുറച്ചും വേഗത്തിലും മികച്ചതായും ജോലി ചെയ്തു തരും. എന്ത് ജോലി മറ്റുള്ളവർക്ക് നൽകണമെന്നും അതിന്റെ നിബന്ധനകൾ എന്തൊക്കെയാണെന്നും അത് തീർക്കാൻ എത്ര സമയം നൽകണമെന്നും നാം തന്നെ തീരുമാനിക്കണം. ജോലി ചെയ്യാൻ ഏൽപ്പിക്കുന്ന വ്യക്തിക്ക് അതിനെക്കുറിച്ച് വ്യക്തമായി വിശദീകരിച്ചുകൊടുക്കണം. ജോലി കൃത്യസമയത്ത് തീർക്കാൻ ആവശ്യമായ സഹായവും പിന്തുണയും നൽകുക കൂടി വേണം.

ബെർട്രന്റ് റസ്സലിന്റെ In Praise of Idleness എന്ന ലേഖനമുണ്ട്. അലസതയെ ക്രിയാത്മകമായി എടുത്തുകൊണ്ട് ചിന്തിക്കുക എന്നാണ് അദ്ദേഹം അതിൽ പറയുന്നത്. പുതിയതും വിപ്ലവകരവുമായ ചിന്തകളുടെ ഉപക്താവായിരുന്നല്ലോ അദ്ദേഹം. ചിന്തിക്കുക എന്നത് സംസ്കാരത്തിന്റെയും ശാസ്ത്രത്തിന്റേയും സാഹിത്യത്തിന്റെയും വളർച്ചക്ക് അത്യാവശ്യമാണ്. എന്നാൽ പലർക്കും പ്രവർത്തന കെണിയിൽ പെട്ടു പോകുന്നതുകൊണ്ട് ക്രിയാത്മകമായി ഒന്നും ചെയ്യാൻ കഴിയാതെ വരുന്നു.

സമയമില്ലായ്മയുണ്ടാക്കുന്ന പ്രശ്നങ്ങൾ പലതാണ്. സമയമില്ലാത്ത അവസ്ഥയിൽ ചെയ്യുന്ന പ്രവർത്തികളൊക്കെ അപക്വവും ഫലശൂന്യവുമായിത്തീരാൻ ഇടയുണ്ട്. മിക്ക സ്ഥാപനങ്ങളിലും ഇത് സംഭവിക്കുന്നു. ചെയ്യേണ്ട കാര്യങ്ങൾ സമയത്ത് ചെയ്യാതെയും, ചെയ്യേണ്ടാത്ത കാര്യങ്ങൾ അസമയത്ത് ചെയ്തും അവർ പ്രശ്നങ്ങളെ കൂടുതൽ വഷളാകുന്നു.

തന്റെ സമയം എങ്ങനെ വിനയോഗിക്കുന്നു എന്ന് കൃത്യമായി അറിയുന്നവരാണ് സമർത്ഥരായ എക്സിക്യൂട്ടീവുകൾ. പ്രവൃത്തികൾ കൃത്യമായി ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നതും അവ അതുപോലെ നടപ്പിലാക്കുന്നതുമാണ് ഇവരുടെ വിജയത്തിനു പിന്നിലെ രഹസ്യം. ഇത് പരിശീലനത്തിലൂടെ നേടിയെടുക്കാവുന്നതേയുള്ളൂ. സമയത്തെ അധീനപ്പെടുത്തുക എന്നാൽ ജീവിതത്തെ അധീനപ്പെടുത്തുകയാണ്. സമയം നഷ്ടപ്പെടുകയെന്നാൽ ജീവിതം നഷ്ടപ്പെടുകയാണ്.

2002 ൽ സാമ്പത്തിക ശാസ്ത്രത്തിൽ നോബേൽ പുരസ്കാരം നേടിയ ഡാനിയൽ കാഹ്നെമാൻ (Daniel Kahneman) പറയുന്നത് മനുഷ്യർക്ക് രണ്ടു രീതിയിൽ ചിന്തിക്കാൻ കഴിവുണ്ടെന്നാണ്: Thinking Fast, Thinking Slow എന്നും അദ്ദേഹം ഈ രീതിയെ വിളിക്കുന്നു. പെട്ടെന്നുള്ള ചിന്തകളും പതുക്കെയുള്ള ചിന്തകളും. പെട്ടെന്ന് ചിന്തിക്കുന്നവർ വികാരപരമായും കാര്യകാരണവിശേഷമില്ലാതെയും ചിന്തിക്കുന്നതായി അദ്ദേഹം പറയുന്നു. ബോധപൂർവ്വമായ അവധാനതയോടെയുള്ള ചിന്താപദ്ധതിക്ക് സമയം ആവശ്യമാണ് എന്നാണ് അദ്ദേഹം പറയുന്നത്.

തീരുമാനങ്ങളെടുക്കാനുള്ള സിദ്ധാന്തങ്ങളെക്കുറിച്ച് ധാരാളം പുസ്തകങ്ങൾ ഇന്ന് ലഭ്യമാണ്. എന്നാൽ ഇത്തരം പുസ്തകങ്ങളെഴുതിയ ഒറ്റ പ്രൊഫസറും തങ്ങളുടെ ഭാര്യയെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനായി ഈ തത്വങ്ങൾ അവലംബിച്ചിട്ടില്ല എന്നാണ് ഇതിന്റെ വിമർശകർ പറയുന്നത്. പെട്ടെന്ന് മനസ്സിൽ വരുന്നതിലേക്ക് നമ്മൾ ഒതുങ്ങുന്നു. നമ്മുടെ അനുഭവത്തിന്റെ വെളിച്ചത്തിൽ മാത്രമേ നമുക്ക് എന്തിനെയും കാണാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ.

ജീവിതത്തിൽ നമുക്ക് ധാരാളം തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കേണ്ടി വരും. അതിനായി ധാരാളം ചിന്തിക്കേണ്ടതായി വരും. അതുകൊണ്ട് ഓർക്കുക. ചിന്തിച്ചുകൊണ്ടിരുന്നാൽ മാത്രം പോരാ.സമയത്ത് തീരുമാനങ്ങൾ എടുക്കുകയും വേണം. ●



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

സ്വരൂപം

കുരുക്കഴിച്ച ചാണക്യൻ



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

ബി.ജെ.പിക്കു മുന്നിൽ എല്ലാം ഇപ്പോൾ അടിയറ വയ്ക്കും എന്ന് തോന്നിപ്പിക്കുന്ന നിമിഷങ്ങളിൽ നിന്ന് അഭിനവ ഉരുക്കു മനുഷ്യനായി മാറി ഈ മറാത്ത നായകൻ.

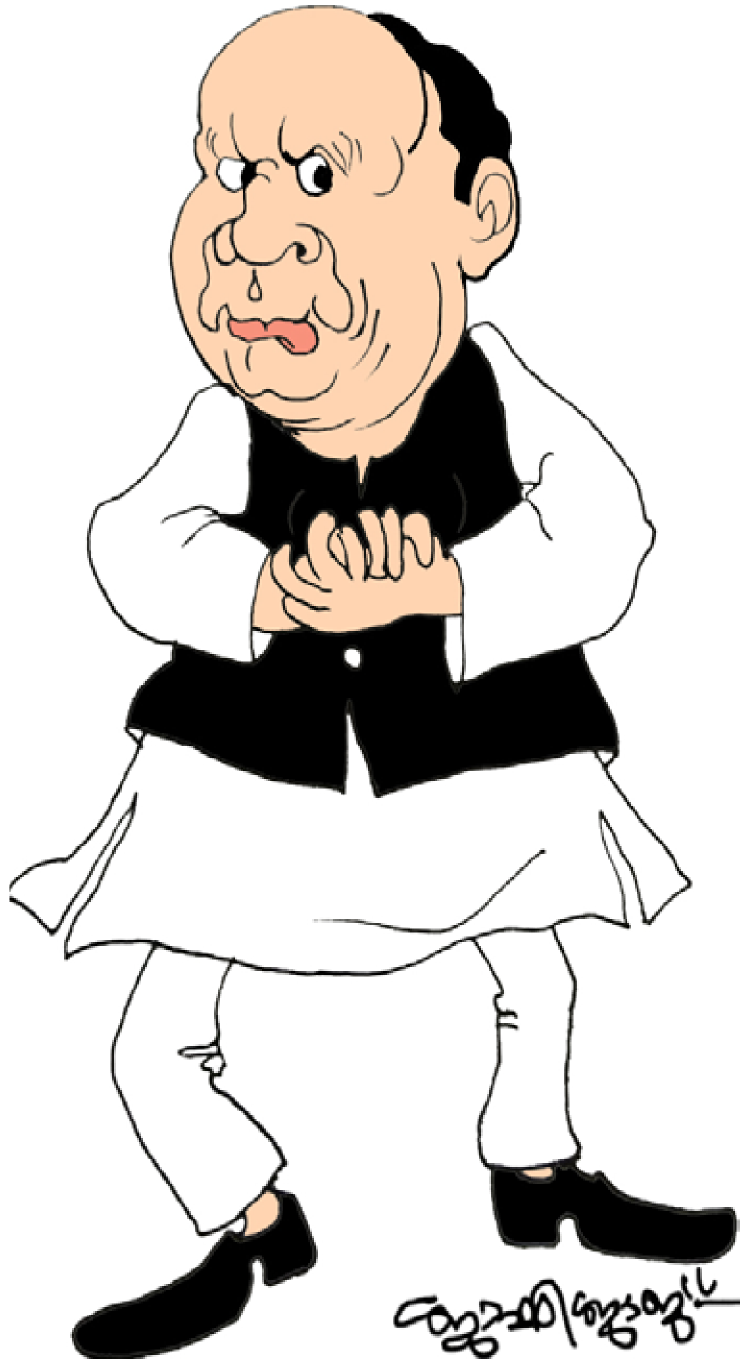
അതേ, ശരത് പവാർ എന്ന ചാണക്യനെക്കുറിച്ചുതന്നെയാണ് പറയുന്നത്.

രാജീവ്ഗാന്ധിയുടെ മരണത്തെത്തുടർന്ന് കരയ്ക്കടിഞ്ഞ തിമംഗലത്തെപ്പോലെ ജീവനുവേണ്ടി തുടിച്ചുകൊണ്ടിരുന്ന കോൺഗ്രസ് പാർട്ടിക്ക് ശരത് പവാർ പിടിവള്ളിയാകുമെന്ന് ഏവരും കരുതി. 1991 ൽ പവാർ പ്രധാനമന്ത്രി പദം എത്തിപ്പിടിക്കുന്ന ആ നിമിഷത്തിനായി കാത്തിരുന്നവർ, കാറ്റ് ശക്തമായി തിരിഞ്ഞു വീശുന്നതുകണ്ട് അമ്പരന്നുപോയി. നിർണ്ണായക പോരാട്ടത്തിനുവേണ്ടി പവാർ ഡൽഹിയിൽ എത്തും മുമ്പേ, അദ്ദേഹത്തെ തറപറ്റിക്കാൻ വേണ്ടുന്നതെല്ലാം കെ. കരുണാകരനടക്കമുള്ള ഉപചാപക സംഘം ആവിഷ്ക്കരിച്ചിരുന്നു.

തന്ത്രം സിംപിൾ. സോണിയ നരസിംഹാവുവിനെ അനുകൂലിക്കുന്നു എന്നൊരു ധാരണ അന്തരീക്ഷത്തിൽ പരത്തി. സോണിയായുടെ പേര് തെറ്റായി ഉപയോഗിക്കുന്നുവെന്ന് പവാർ അനുകൂലികൾ ഉച്ചത്തിൽ വിളിച്ചു കൂകിയെങ്കിലും പ്രത്യാക്രമണം നടത്തുന്നതിനു പകരം പ്രതിരോധത്തിൽ ഒതുങ്ങി നിന്നത് തന്ത്രപരമായ പരാജയമായി ഭവിച്ചു പവാറിന്.

പണം പവാർ പക്ഷത്ത് ധാരാളമായിരുന്നു. എന്നാൽ ഉപചാപക സംഘത്തിന്റെ ചാണക്യസൂത്രത്തിന് ബദൽ പവാറിന്റെ കൈയിൽ ഇല്ലാതെ പോയി. ദക്ഷിണേന്ത്യൻ നേതാക്കന്മാരെ പവാറിനെതിരാക്കാൻ ഉപജാപകസംഘത്തലവൻ ഫോട്ടേദാറിന് കഴിഞ്ഞു. തുടക്കത്തിൽ പവാർ അനുകൂലിയായിരുന്ന കരുണാകരനെ വശത്താക്കി. അതിന് എ.കെ.ആന്റണിയെയാണ് ഉപയോഗിച്ചത്. ദൽഹിയിലേക്ക് വിളിച്ചുവരുത്തിയ ആന്റണിയെ സോണിയാ ഗാന്ധിയെ സന്ദർശിക്കുന്ന എം.പി.മാരുടെ സംഘത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്തി. ആ സമയത്ത് കേരളത്തിലെ ആന്റണി അനുകൂലികൾ പുതിയ നിയമസഭാകക്ഷി നേതാവിനെ തെരഞ്ഞെടുക്കണമെന്ന് ആവശ്യപ്പെട്ടിരുന്നു. കരുണാകരൻ ഞെട്ടി. സംസ്ഥാനത്ത് തനിക്ക് തിരിച്ചടിയുണ്ടാകില്ലെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്താനായി നിന്ന നിൽപ്പിൽ അദ്ദേഹം റാവു പക്ഷത്തിനായി പടവാളേന്തി. ഈ ചുവടുമാറ്റമാണ് നിർണ്ണായകമായത്. എതിർപ്പിലൂടെയല്ല ഇണക്കത്തിലൂടെയാണ് ഏതവനേയും ഒതുക്കേണ്ടതെന്ന പാഠം പവാർ പഠിച്ചത് അന്നാണ്.

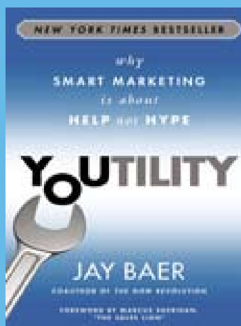
അതിന്റെ വിജയമാണ് അജിത് പവാറിനെ ഒതുക്കി 'അടുത്ത രാഷ്ട്രപതി' എന്ന ബിജെപിയുടെ മധുരം നുണയാതെ ശിവസേനയേയും കോൺഗ്രസിനേയും കോർത്തിണക്കി മഹാരാഷ്ട്രയിൽ സംഖ്യമുണ്ടാക്കിയത്. ●



പുസ്തക പരിചയം

Youtility

Jay Baer



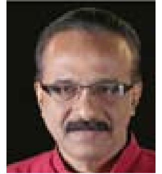
The difference between helping and selling is just two letters If you're wondering how to make your products seem more exciting online, you're asking the wrong question. You're not competing for attention only against other similar products. You're competing against your customers' friends and family and viral videos and cute puppies. To win attention these days you must ask a different question: "How can we help?" Jay Baer's Youtility offers a new approach that cuts through the clutter: marketing that is truly, inherently useful. If you sell something, you make a customer today, but if you genuinely help someone, you create a customer for life.

Amazon Kindle edition Rs.247.10

Classroom



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

പരസ്യം ഒരു തൊഴിൽ എന്ന നിലയിൽ

കേരളത്തിൽ പൊതുവെ കണ്ടുവരുന്ന ദു:ഖകരമായ ഒരു പ്രവണതയാണ് കുട്ടികളുടെ അഭിരുചികളും കഴിവുകളും തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അവർക്കിണങ്ങുന്ന ഒരു കോഴ്സ് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ മാതാപിതാക്കളും വിദ്യാർത്ഥികളും പലപ്പോഴും പരാജയപ്പെടുന്നു എന്നത്. അദ്ധ്യാപകർക്ക് ഇതിൽ വലിയ ഒരു റോൾ നിർവ്വഹിക്കാനാവും. എന്നാൽ ദൗർഭാഗ്യകരമെന്ന് പറയട്ടെ പല അദ്ധ്യാപകരും ഇത്തരമൊരു റോൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നുമില്ല.

ഒരു കോളേജ് അദ്ധ്യാപകൻ എന്ന നിലയിലുള്ള വ്യക്തിപരമായ അനുഭവങ്ങളുടെവെളിച്ചത്തിൽ പറയുകയാണ്. നമ്മുടെ മാതാപിതാക്കളും വിദ്യാർത്ഥികളും ഒരു പോലെ ആശങ്കാകുലരാണ്, ബിരുദ പഠനത്തിന് ഏത് കോഴ്സ് തെരഞ്ഞെടുക്കണമെന്ന വിഷയത്തിൽ സമൂഹത്തിന്റെ പൊതുവേയുള്ള സങ്കൽപങ്ങളിൽ നിന്ന് മാറി ചിന്തിക്കുവാനോ യുക്തിസഹമായ പുതിയ തീരുമാനങ്ങളെടുക്കുവാനോ ഭൂരിപക്ഷം പേരും മടിക്കുന്നതായാണ് അനുഭവം.

ഉദാഹരണമായി പരസ്യം എന്ന പാഠ്യവിഷയം തന്നെയെടുക്കാം.

1980 മാർച്ച് മാസം കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് പ്രസിദ്ധീകരിച്ച പരസ്യം എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിൽ ഡോ. ജെ.വി.വിളനിലം ഇങ്ങനെ എഴുതി. ഇംഗ്ലീഷ് കോപ്പിക്ക് ഇന്നു കൊടുക്കുന്ന പ്രാധാന്യം ഇന്ത്യൻ ഭാഷാ കോപ്പിക്ക് കൊടുത്താൽ മാത്രമേ പരസ്യം ആശയവിനിമയ പ്രക്രിയയിൽ വിജയിക്കൂ. തക്ക പരിശീലനം കിട്ടിയ പരസ്യ കോപ്പിയെഴുത്തുകാരുണ്ടാകാൻ വിദ്യാഭ്യാസ മണ്ഡലം ആസൂത്രണം ചെയ്യുന്നവർ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഇന്ത്യയിലെ പരസ്യ കലാരംഗം വികസ്വരമാകുവാൻ പ്രാദേശിക ഭാഷകളിലെ പരസ്യ കോപ്പിയെഴുത്തു ശൈലികൾ നവീകരിക്കപ്പെടേണ്ടതുണ്ടെന്നും അതിനാവശ്യമായ കോഴ്സുകൾ യൂണിവേഴ്സിറ്റി തലങ്ങളിൽ സംഘടിപ്പിക്കപ്പെടേണ്ടതുണ്ടെന്നുമാണ് അദ്ദേഹം എഴുതുന്നതിന്റെ സാരം.

1998ലാണ് കേരളത്തിൽ മഹാത്മാഗാന്ധി യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ, തൃക്കാക്കര ഭാരതമാതാ കോളേജിൽ ബി.എ.മലയാളം കോപ്പി റൈറ്റിംഗ് (തൊഴിലധിഷ്ഠിതം) എന്ന കോഴ്സ് ആരംഭിക്കുന്നത്. ബികോം സിലബസിന്റെ ഭാഗമായി പരസ്യം പാഠ്യവിഷയമാണ് മുന്നെ തന്നെ. എന്നാൽ ആ പാഠ്യപദ്ധതിയിൽ ഊന്നൽ കൊടുക്കുന്നത് കമ്പോളവുമായി ബന്ധപ്പെടുന്ന പരസ്യവിഷയങ്ങൾക്കാണ്. പരസ്യവാചക രചനയും അനുബന്ധ വിഷയങ്ങളുമാണ് ബി.എ. മലയാളം കോപ്പിറൈറ്റിംഗ് ബിരുദത്തിന്റെ സിലബസിലുള്ളത്.

പരസ്യം ഒരു പാഠ്യവിഷയമായി തെരഞ്ഞെടുക്കുവാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്ന ഒരു വിദ്യാർത്ഥി ആദ്യമേ തന്നെ മറ്റൊരു തെരഞ്ഞെടുക്കൽ നടത്തേണ്ടതുണ്ട്. ബിസിനസ് മാനേജ്മെന്റ്, വാണിജ്യശാസ്ത്രം തുടങ്ങിയ വിഷയങ്ങളോട് ആഭിമുഖ്യമുള്ള ആളാണോ താൻ?

എംബിഎ തുടങ്ങിയ ഉന്നത ബിരുദങ്ങളിലേക്ക് തന്റെ വിദ്യാഭ്യാസം തിരിച്ചുവിടാനാണോ താൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നത്? പരസ്യം എന്ന വിഷയത്തിന്റെ കലാപരമായ ആശയങ്ങളെക്കാളേറെ അതിന്റെ വാണിജ്യപരമായ ആശയങ്ങളോടാണോ തനിക്കു താൽപര്യം? ഈ ചോദ്യങ്ങൾക്കെല്ലാം ഉത്തരം അതെ എന്നാണ് എങ്കിൽ നിങ്ങൾക്ക് ബികോം, എംബിഎ തുടങ്ങിയ കോഴ്സുകളാണ് അഭികാമ്യം.

പരസ്യം എന്ന പാഠ്യവിഷയത്തിന്റെ ഭാഷാപരവും കലാപരവുമായ ആശയങ്ങളോടാണ് നിങ്ങൾക്ക് താൽപ്പര്യമെങ്കിൽ കേരളത്തിൽ ഇപ്പോൾ നിങ്ങൾക്ക് ചെയ്യാൻ

കഴിയുന്നത് ബിഎ ഇംഗ്ലീഷ്, ബി.എ മലയാളം എന്നിങ്ങനെ ഭാഷയും സാഹിത്യവും മുഖ്യവിഷയമായിട്ടുള്ള ബിരുദ കോഴ്സുകൾ പാസായതിനുശേഷം അഡ്വർടൈസിംഗ് ആൻഡ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് എന്ന വിഷയത്തിൽ സ്വകാര്യ മേഖലയിൽ നിലവിലുള്ള പോസ്റ്റ് ഗ്രാജ്വേറ്റ് ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകൾ പാസ്സാകുക എന്നതാണ്. ബിരുദാനന്തര ബിരുദതലത്തിൽ എം.എ. അഡ്വർടൈസിംഗ് ആൻഡ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് എന്ന കോഴ്സ് മധുര കാമരാജ് യൂണിവേഴ്സിറ്റിയും മറ്റും നടത്തുന്നുണ്ട്. ഈ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയുടെ കേരളത്തിലെ അംഗീകൃത വിദൂര വിദ്യാഭ്യാസ കേന്ദ്രങ്ങളിൽ ചേർന്ന് നിങ്ങൾക്ക് പരസ്യത്തിൽ എം.എ.ബിരുദം നേടാവുന്നതാണ്.

ഇപ്പോൾ മലയാളം കോപ്പിറൈറ്റിംഗിൽ ബിരുദ കോഴ്സ്, തൃക്കാക്കര ഭാരതമാതാ കോളേജിലും മുരിക്കാശേരി (ഇടുക്കി) പാവനാത്മ കോളേജിലും നിലവിലുണ്ട്. എന്നാൽ മറ്റ് ഡിഗ്രി കോഴ്സുകൾക്കുള്ളതുപോലെ തന്നെയുള്ള ഒരു പ്രവേശന ക്രമമാണ് ഈ കോഴ്സുകൾക്കുള്ളത് എന്നത് ഒരു വലിയ പരിമിതിയാണ്. ഈ കോഴ്സിൽ ചേരുവാൻ എത്തുന്ന വിദ്യാർത്ഥികളുടെ പാഠ്യവിഷയത്തിലുള്ള അഭിരുചി പരീക്ഷിച്ച് അറിയുവാനോ അത്തരം ടെസ്റ്റുകളിലും അഭിമുഖത്തിലും അവർക്കു നൽകുന്ന മാർക്കു കൂടെ പരിഗണിച്ചുകൊണ്ട് പ്രവേശനം നൽകുവാനോ നിലവിലുള്ള യൂണിവേഴ്സിറ്റി നിയമം അനുവദിക്കുന്നില്ല. അതുകൊണ്ട് സംഭവിക്കുന്ന ഒരു ദുരന്തം, പരസ്യം എന്നൊരു വിഷയത്തോട് ഒട്ടും തന്നെ ആഭിമുഖ്യമില്ലാത്ത വിദ്യാർത്ഥികളും ക്ലാസ് മുറിയിലെത്തുന്നു എന്നാണ്. അവിടെ അയാൾ അസ്വസ്ഥനായിരിക്കുമെന്നതിൽ സംശയമില്ലല്ലോ.

പരസ്യം ഒരു തൊഴിലായി സ്വീകരിക്കുവാൻ കഴിയും വിധമുള്ള അഭിരുചികളും ആഭിമുഖ്യങ്ങളും നിങ്ങൾക്കുണ്ടോ എന്ന് ഇത്തരമേതെങ്കിലും ഒരു കോഴ്സ് പഠിക്കുവാൻ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിന് മുമ്പ് നിങ്ങൾ സ്വയം മനസ്സിലാക്കേണ്ടതുണ്ട്.

ഒരു പരസ്യ ഏജൻസിയിൽ ഉള്ള തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾ ഏതൊക്കെയാണ്? പ്രധാനമായും രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളിലായാണ് അവ. ഒന്ന് കണക്കുകളുടെ മേഖല, രണ്ട് സർഗ്ഗാത്മക മേഖല. അക്കൗണ്ട്സ് വിഭാഗത്തിൽ ഒരു ട്രെയിനിയായി കയറി. അക്കൗണ്ട്സ് എക്സിക്യൂട്ടീവ്, അക്കൗണ്ട്സ് മാനേജർ, ബ്രാഞ്ച് മാനേജർ എന്നിങ്ങനെ നിങ്ങൾക്ക് പടികൾ കയറിപ്പോകാം. ബികോം അല്ലെങ്കിൽ ഏതെങ്കിലും ബിരുദം വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യതയായി നിങ്ങൾക്കുണ്ടായാൽ മതി. സർഗ്ഗാത്മക മേഖലയിൽ കോപ്പിറൈറ്റർ, ആർട്ട് ഡയറക്ടർ, ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടർ എന്നിങ്ങനെ വ്യത്യസ്തങ്ങളായ മേഖലകളിലാണ് തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾ ഉള്ളത്. കേരളത്തിൽ പൊതുവെ കണ്ടുവരുന്ന ദു:ഖകരമായ ഒരു പ്രവണതയാണ് കുട്ടികളുടെ അഭിരുചികളും കഴിവുകളും തിരിച്ചറിഞ്ഞ് അവർക്കിണങ്ങുന്ന ഒരു കോഴ്സ് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ മാതാപിതാക്കളും വിദ്യാർത്ഥികളും പലപ്പോഴും പരാജയപ്പെടുന്നു എന്നത്. അദ്ധ്യാപകർക്ക് ഇതിൽ വലിയ ഒരു റോൾ നിർവ്വഹിക്കാനാവും. എന്നാൽ ദൗർഭാഗ്യകരമെന്ന് പറയട്ടെ പല അദ്ധ്യാപകരും ഇത്തരമൊരു റോൾ നിർവ്വഹിക്കുന്നുമില്ല.

മാതാപിതാക്കൾക്ക് ചെയ്യാവുന്ന കാര്യം തങ്ങളുടെ കുട്ടികളെ നിരീക്ഷിക്കുകയും അവർ ഏറ്റവും ഇഷ്ടത്തോടെ നിത്യജീവിതത്തിൽ ചെയ്യുന്ന കാര്യങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ്. നിങ്ങളുടെ കുട്ടി സ്വയം രസിച്ച് നന്നായി വരയ്ക്കുമെങ്കിൽ, കമ്പ്യൂട്ടർ ആനിമേഷൻ രംഗത്ത്, ഉചിതമായ വിദ്യാഭ്യാസം ലഭിച്ചു കഴിഞ്ഞാൽ അവന് ശോഭനമായ ഒരു ഭാവി കെട്ടിപ്പടുക്കുവാൻ കഴിഞ്ഞേക്കാം. നേരെമറിച്ച് ചിത്രകലയിൽ നിന്ന് അവനെ അകറ്റുവാനാണ് ശ്രമിക്കുന്നതെങ്കിൽ അവന്റെ ഭാവി നിങ്ങൾ തന്നെ ഇരുട്ടു നിറഞ്ഞതാക്കി മാറ്റുകയാവും ചെയ്യുക.

ചിത്രകലയിൽ ബിരുദമോ ഡിപ്ലോമകളോ നേടിയിട്ടുള്ളവർക്കാണ് പരസ്യ ഏജൻസിയിൽ ആർട്ട് വിഭാഗത്തിൽ ജോലി ലഭിക്കുക. കോപ്പി റൈറ്റർ എന്ന തസ്തികയിലേക്ക് ഇംഗ്ലീഷ്/ മലയാളം ഭാഷാ സാഹിത്യ ബിരുദമോ മാസ് കമ്യൂണിക്കേഷൻ ബിരുദമോ ജേർണലിസത്തിലോ അഡ്വർടൈസിംഗിലോ പിജി ഡിപ്ലോമയോ ഉള്ളവരെയാണ് പരിഗണിക്കുക. (ഈ ബിരുദങ്ങളൊന്നുമില്ലാത്ത മിടുക്കന്മാരായ കോപ്പിറൈറ്റർമാർ ഉണ്ടെന്നുള്ളത് വേറെ കാര്യം).

വ്യത്യസ്തങ്ങളായ അഭിരുചികളുടെ ചേരുവയാണ് പരസ്യം എന്ന തൊഴിൽ മേഖലയിലേക്കു പ്രവേശിക്കുമ്പോൾ നിങ്ങൾക്കുണ്ടായിരിക്കേണ്ടത്. വാക്കുകളോട് വല്ലാത്തൊരടുപ്പം നിങ്ങൾക്കുണ്ടായിരിക്കണം. ബിസിനസ് രംഗത്തെ മാറ്റങ്ങൾ നിരീക്ഷിക്കുവാൻ താൽപര്യമുണ്ടായിരിക്കണം. (കുറഞ്ഞപക്ഷം ഒരു ബിസിനസ് പ്രസിദ്ധീകരണമെങ്കിലും താൽപ്പര്യത്തോടെ മുടങ്ങാതെ വായിക്കുവാൻ നിങ്ങൾക്കു കഴിയണം. ഫോട്ടോഷോപ്പ്, 3D അനിമേഷൻ എന്നിങ്ങനെ കമ്പ്യൂട്ടർ ഗ്രാഫിക്സിനോട് ഒരു ഇഷ്ടം ഉണ്ടാവണം. നിറങ്ങൾ, ചിത്രങ്ങൾ, ചിത്രീകരണങ്ങൾ, ഫോട്ടോഗ്രാഫി എന്നിങ്ങനെ നിങ്ങളുടെ ദൃശ്യ സംസ്കാരത്തിന്റെ അതിരുകളെ വിപുലീകരിക്കുന്ന സങ്കേതങ്ങളുമായി ചേർന്നു പോകുവാൻ കഴിയണം. ഒടുവിലായി, പക്ഷേ പരമപ്രധാനമായി ജീവിത നിരീക്ഷണപാടവവും നിങ്ങൾക്കുണ്ടായിരിക്കണം.

മുകളിൽ പറഞ്ഞ അഭിരുചികൾ നിങ്ങളിൽ ശക്തമാണെങ്കിൽ തീർച്ചയായും നിങ്ങൾക്കു പരസ്യം ഒരു തൊഴിൽ മേഖലയായി തെരഞ്ഞെടുക്കാം. അതിന് സഹായകരമായ ഏതെങ്കിലും ഒരു കോഴ്സ് തെരഞ്ഞെടുത്ത് പഠിക്കുകയും ചെയ്യാം.

ഇങ്ങനെ ആലോചിക്കുമ്പോഴാണ് വിദ്യാഭ്യാസ രംഗം പരിതാപകരമാണ് എന്ന് മനസ്സിലാക്കുവാൻ കഴിയുക. പുതിയ തൊഴിൽ അവസരങ്ങൾക്ക് ഇണങ്ങുന്ന കോഴ്സുകൾ പലതും ഇപ്പോഴും കേരളത്തിൽ ഇല്ല. പരസ്യത്തിന്റെ കാര്യമെടുത്താലും സ്ഥിതി ഭേദമല്ല. കേരളത്തിന് പുറത്ത് പല സംസ്ഥാനങ്ങളിലും മികച്ച യൂണിവേഴ്സിറ്റികളിലും സ്വകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിലും പരസ്യ സംബന്ധിയായ നിരവധി പാഠ്യപദ്ധതികളുണ്ട്. കേരളത്തിൽ പിജി ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകൾ മാത്രമാണ് ഈ വിഷയത്തിൽ പിന്നെയും കുറച്ചെങ്കിലും ഉള്ളത്. ചില പ്രധാനപ്പെട്ട സ്ഥാപനങ്ങളുടെ പേരുവിവരങ്ങൾ താഴെ കൊടുക്കുന്നു.

• തൃക്കാക്കര ഭാരതമാതാ കോളേജ്, ബി.എ.മലയാളം കോപ്പിറൈറ്റിംഗ് (തൊഴിലധിഷ്ഠിതം) പ്രവേശന യോഗ്യത പ്ലസ്ടു. പ്രവേശനം മെറിറ്റ് ലിസ്റ്റിനെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി എംജി യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ (ഓഫിലിയേറ്റ് ചെയ്തത്) • മുരിക്കാശ്ശേരി പാവനാത്മ കോളേജ് ബി.എ.മലയാളം കോപ്പിറൈറ്റിംഗ് • പ്രസ് അക്കാദമി, കാക്കനാട്, പി.ജി.ഡിപ്ലോമ ഇൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് ആൻഡ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ്. പ്രവേശന യോഗ്യത ബിരുദം. പ്രവേശനം അഭിരുചി പരീക്ഷയുടെയും അഭിമുഖത്തിന്റെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ • എസ്.സി.എം.എസ്, സൗത്ത് കളമശ്ശേരി, പിജി ഡിപ്ലോമ ഇൻ അഡ്വർടൈസിംഗ്, പ്രവേശന യോഗ്യത- ബിരുദം, ഇംഗ്ലീഷിന് കുറഞ്ഞത് 50% മാർക്കും • ഭാരതീയ വിദ്യാഭവൻ, കൊച്ചി, പിജി ഡിപ്ലോമ ഇൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് ആൻഡ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് ബിരുദധാരികൾക്ക് അപേക്ഷിക്കാം.

ഇവ കൂടാതെ അഡ്വർടൈസിംഗ് കോഴ്സ് എന്ന പേരിൽ നേരിട്ടല്ലെങ്കിലും മറ്റു പല കോളേജുകളിലും അഡ്വർടൈസിംഗ്, മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട കോഴ്സുകളുണ്ട്. ●

ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച
ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

Editorials of the month

മാതൃഭൂമി നവംബർ 01, 2019

പ്രകൃതിനിയമങ്ങൾ ലംഘിക്കരുത്

വടക്കേ ഇന്ത്യൻ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ വെള്ളപ്പൊക്കവും ഭൂമികുലുക്കവുമൊക്കെ ഉണ്ടാകുമ്പോൾ നാം ധരിച്ചിരുന്നു കേരളത്തിൽ ഇങ്ങനെയുള്ള പ്രകൃതിക്ഷോഭങ്ങൾ ഉണ്ടാവില്ലെന്ന്. പക്ഷേ കഴിഞ്ഞ കുറെ നാളായി ആ ധാരണ തെറ്റാണെന്ന് തെളിയിക്കുന്ന കാര്യങ്ങളാണ് ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ഏതു മാറ്റവും പ്രകൃതി നിയമങ്ങളെ ലംഘിക്കാതെ വേണമെന്ന അടിസ്ഥാന തത്വമാണ് നാം അറിഞ്ഞുകൊണ്ട് നിഷേധിക്കുന്നത്. അതിന് വലിയ വില കൊടുത്തുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണിപ്പോൾ. രൂക്ഷമായ വരൾച്ചയും അതിനെക്കാൾ രൂക്ഷമായി വെള്ളപ്പൊക്കവും മേഘവിസ്ഫോടനവും ഉരുൾപൊട്ടലും മലയിടിച്ചിലുമൊക്കെ ഭീഷണിയായി മുന്നിൽ നിൽക്കുന്നു. കുറെയധികം ആൾക്കാരുടെ ജീവനും കിടപ്പാടവും കൃഷിയുമൊക്കെ നഷ്ടപ്പെട്ടു. ഇനിയെങ്കിലും തെറ്റുകൾ തിരുത്തണം എന്ന സന്ദേശമാണ് അവ നൽകുന്നത്. തെറ്റുകൾ തിരുത്തുകയല്ല കൂടുതൽ തെറ്റുകളിലേക്കു നാം പൊയ്ക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. വനത്തിനടുത്ത് ഖനനം നടത്തുന്നതിനുള്ള ദൂരപരിധി കുറയ്ക്കാനെടുത്ത തീരുമാനം ഇത്തരത്തിലൊന്നാണ്. ഖനനത്തിന്റെ ദൂരപരിധി കുറച്ച തീരുമാനത്തിൽ നിന്ന് സർക്കാർ പിന്മാറണം. വീണ്ടും വീണ്ടും പ്രകൃതി തരുന്ന മുന്നറിയിപ്പുകൾ അവഗണിച്ചു മുന്നോട്ടുപോയാൽ കേരളം പിന്നെ ഉണ്ടാവില്ല. ഇനിയെങ്കിലും ഒരു പുനർവിചിന്തനം സർക്കാർ ഭാഗത്തുനിന്നുണ്ടാകണം.

ദീപിക നവംബർ 01, 2019

സ്ക്രീനിൽ കുരുക്കരുത് വിലപ്പെട്ട ജീവിതം

വിവരസാങ്കേതികവിദ്യയിൽ ലോകം കുതിച്ചുചാട്ടം നടത്തുകയാണ്. അതിവേഗമാണ് ഈ രംഗം വികസിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നത്. ലോകം വിരൽതുമ്പിൽ എന്നതു വെറുമൊരു പ്രയോഗമല്ല ഇന്ന്, സാധാരണക്കാരും അനുഭവിക്കുന്ന യാഥാർത്ഥ്യമാണ്. ലോകത്തിന്റെ ഏതു കോണുമായും നിമിഷങ്ങൾക്കുള്ളിൽ ബന്ധപ്പെടാനും ഏതു വിവരവും ഏതളവിലും നേടാനും ആർക്കും കഴിയുന്ന സാഹചര്യം. ഇതിന്റെ വൈവിധ്യപൂർണ്ണമായ ഉപയോഗം മനുഷ്യന്റെ ജീവിതസാഹചര്യങ്ങളിലും വലിയ മാറ്റങ്ങളുണ്ടാക്കി. മൊബൈൽ, ഇന്റർനെറ്റ് ലഭ്യതയിലും ഉപയോഗത്തിലും മുൻപന്തിയിലാണ് ഇന്ത്യ. ആധുനിക വിവരസാങ്കേതികവിദ്യകളുടെ ലഭ്യതയും ഉപയോഗവും വർദ്ധിച്ചു വരുന്നത് വികസനത്തിന്റെ അളവുകോലായിരിക്കാം. വളരുന്ന തലമുറ ഇത്തരം സങ്കേതങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിന്റെ ഗുണഫലങ്ങൾ പലതുണ്ടെങ്കിലും ഇതുളവാക്കുന്ന ഗുരുതരമായ പ്രശ്നങ്ങൾ അവഗണിക്കാനാവില്ല. അതിഗുരുതരമായ മാനസിക, ശാരീരിക പ്രശ്നങ്ങൾ ഈ സ്ക്രീൻ അഡിക്ഷൻ മൂലം ഉണ്ടാകുന്നു. കൊച്ചുകുട്ടികളുടെ കരച്ചിടലക്കാനും കുസൃതി ഒഴിവാക്കാനും മൊബൈലും അതിലെ ഗെയിമുകളുമൊക്കെ പരിഹാരമായി കരുതുന്ന ന്യൂജെൻ മാതാപിതാക്കളിൽ പലരും മൊബൈൽ ഉപയോഗത്തിന്റെ ദോഷവശങ്ങളെപ്പറ്റി നല്ല ബോധ്യമുള്ളവരാണ് എന്നതാണ് ഏറെ ഖേദകരം. നവമാധ്യമങ്ങളോടുള്ള ആസക്തി ഉളവാക്കുന്ന ഗുരുതരമായ പ്രശ്നങ്ങളും അതിൽനിന്നു രക്ഷനേടാനുള്ള മാർഗ്ഗങ്ങളും കൂടുതൽ പഠനവിഷയം അർഹിക്കുന്നു. സാങ്കേതികവിദ്യയെ പൂർണ്ണമായി തള്ളിക്കളയാതെ അതിന്റെ ഉപയോഗം വിവേകപൂർവ്വമാക്കുകയാണു വേണ്ടത്. നമ്മുടെ കുട്ടികളുടെ ജീവിതം സ്ക്രീനിൽ കുരുങ്ങാതിരിക്കണമെങ്കിൽ മാതാപിതാക്കളും അദ്ധ്യാപകരും സർക്കാരും ശ്രദ്ധിക്കണം. ശ്രദ്ധയ്ക്കു പകരമായി ഒന്നുമില്ല.

മലയാള മനോരമ നവംബർ 01, 2019

ഭൂപ്രകൃതി മാനിച്ച് വേണം, നിയമം

കേരം തിങ്ങും കേരളനാട് ഒട്ടേറെ നദികളും ജലാശയങ്ങളും അരുവികളും തോടുകളും കൊണ്ടു ജല സമൃദ്ധമാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ഈ ജലസമ്പത്ത് അടക്കമുള്ള പരിസ്ഥിതിയുടെ സംരക്ഷണം നമുക്കു ജീവവായു പോലെ പ്രധാനവുമാണ്. പരിസ്ഥിതിനാശം വൻ വിപത്തുകളിലേക്കു വാതിൽ തുറക്കുന്നു എന്ന ബോധ്യവും ഇപ്പോൾ നമുക്കൊപ്പമുണ്ട്. ഇന്ത്യയിലെ മറ്റേതു സംസ്ഥാനവുമായി താരതമ്യം ചെയ്താലും അനന്യമായ നമ്മുടെ ഭൂപ്രകൃതിയെ പൂർണ്ണമായും മാനിക്കുന്നതല്ല തീരസംരക്ഷണ നിയമവും നിയന്ത്രണങ്ങളും എന്ന് വിമർശനമുയരുന്നു. തെങ്ങിൻ പുരയിടങ്ങളിൽ ജലസേചനത്തിനായി വെട്ടിയുണ്ടാക്കിയ കൈത്തോട്പോലും ഇങ്ങനെ തീരദേശ സംരക്ഷണ നിയമത്തിന്റെ പരിധിയിൽ ഉൾപ്പെടുന്നുണ്ട്. പരിസ്ഥിതി സംരക്ഷണത്തെ മുൻനിർത്തി കയ്യേറ്റങ്ങൾ കർശനമായി തടയുക തന്നെ വേണം. പക്ഷേ ഇതു കേരളത്തിന്റെ പ്രത്യേകതകൾ കണക്കിലെടുത്ത് യാഥാർത്ഥ്യബോധത്തോടെ ആവണമെന്നുമാത്രം. അങ്ങോളമിങ്ങോളം നഗരവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട കേരളത്തിൽ സോൺ 3നു പകരം എല്ലാ പ്രദേശവും സോൺ 2ൽ ഉൾപ്പെടുത്തുകയാണു വേണ്ടതെന്ന അഭിപ്രായവുമുണ്ട്. സംസ്ഥാനത്തിന്റെ ആശങ്കകൾ പരിഹരിക്കാനും നിക്ഷേപകർക്ക് ആത്മവിശ്വാസം പകരാനും അടിയന്തരനടപടികൾ ആവശ്യം തന്നെ. കക്ഷി രാഷ്ട്രീയത്തിനതീതമായ കൂട്ടായ ശ്രമം അതിനു വേണ്ടി വരും.

ചന്ദ്രിക നവംബർ 01, 2019

കേരളം ഭാവി തലമുറക്കും അവകാശപ്പെട്ടതാണ്

കേരള പിറവിക്ക് ശേഷം 63 വർഷങ്ങൾ പിന്നിട്ടിരിക്കുന്നു. നേട്ടങ്ങളും കോട്ടങ്ങളും സമ്മിശ്രമായ ഭൂതകാലം മലയാളിയുടെ അഭിമാനബോധത്തെ വളറെയേറെ വളർത്തിയിട്ടുണ്ട്. എന്നാൽ പ്രതീക്ഷയുടെ ഭാവിയിലേക്കല്ല കേരളം സഞ്ചരിക്കുന്നതെന്ന യാഥാർത്ഥ്യമാണ് ഇപ്പോൾ നമുക്കു മുന്നിലുള്ളത്. കേരള രൂപീകരണത്തിനുശേഷം ഇതുവരെയും നാം ഭക്ഷ്യോത്പാദനത്തിൽ സ്വയം പര്യാപ്തതയുടെ അടുത്തെങ്ങുമെത്താൻ സാധിച്ചിട്ടില്ല. മാത്രമല്ല ഭക്ഷ്യോത്പാദനം പ്രതിവർഷം കുറഞ്ഞുവരുന്നത് ഭാവിയെ സംബന്ധിച്ച് ആശങ്കയുണർത്തുന്ന കാര്യം തന്നെയാണ്. കാർഷിക ജനതയെന്ന പൈതൃക ബോധം നഷ്ടപ്പെട്ട് ഉപഭോക്തൃ ജനതയായി മലയാളി മാറിയിട്ട് പതിറ്റാണ്ടുകളായി. അരിയും പച്ചക്കറിയും മാത്രമല്ല കറിവേപ്പിലപോലും അയൽ സംസ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്നാണ് നമ്മുടെ അടുക്കളയിലെത്തുന്നത്. കേരളത്തിനു മാത്രമായി കൂടിയ അളവിൽ കീടനാശികൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന കൃഷിത്തോട്ടങ്ങൾ തമിഴ്നാട്ടിലുണ്ടെന്ന വാർത്തപോലും മലയാളിയുടെ മനോഭാവത്തിന് മാറ്റം വരുത്തുന്നില്ല. ഗൾഫ് രാഷ്ട്രങ്ങളിലെ സാമ്പത്തിക പ്രതിസന്ധിയും റബർ വിപണിയിലെ മാന്ദ്യവും സംസ്ഥാനത്തിന്റെ സമ്പദ് വ്യവസ്ഥയെ തകർക്കുന്നവിധമാണ് മുന്നോട്ടുപോകുന്നത്. ഇതിനൊപ്പം നാം കരുതിവെച്ച മികച്ച നേട്ടങ്ങൾപോലും തകർക്കപ്പെടുകയാണ്. കേരളം നടന്ന വഴികളിൽനിന്ന് ഇപ്പോൾ മാറി സഞ്ചരിക്കുകയാണ്. മാറ്റം ശുഭപ്രതീക്ഷ നൽകുന്നതല്ലെന്ന് വർത്തമാനകാലം സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നു. വികസന സങ്കൽപ്പങ്ങൾ പ്രകൃതിയോട് ചേർന്നു നിന്നില്ലെങ്കിൽ ഭാവിതലമുറയുടെ ജീവിക്കാനുള്ള അവകാശമാണ് ഇല്ലാതാകുന്നത്. കേരളം വളരേണ്ടത് കേരളത്തനിമയിലൂന്നിയാകണം.

മാതൃഭൂമി നവംബർ 07, 2019

ജങ്ക് ഫുഡ് വേണ്ടാ

ആരോഗ്യമുള്ള തലമുറ വളർന്നുവരുന്നത് സ്വപ്നം കാണുന്ന സമൂഹത്തിന്റെ പ്രധാന പരിഗണനയാണ് നമ്മുടെ കുട്ടികൾ എന്തു കഴിക്കുന്നുവെന്നത്. ദാരിദ്ര്യ രേഖയ്ക്ക് താഴെയുള്ളവരും മതിയായ ഭക്ഷണം ലഭിക്കാൻ സാഹചര്യമില്ലാത്തവരുമായ കുട്ടികൾക്ക് ആവശ്യമായ ഭക്ഷണം ലഭ്യമാക്കുകയെന്നത് സർക്കാരിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വമാണ്. എന്നാൽ ആരോഗ്യമുള്ള സമൂഹത്തിന്റെ വളർച്ചയ്ക്ക് അതുമാത്രം പോരാ. ഭക്ഷണം വീട്ടിൽ നിന്ന് കൊണ്ടുവരുന്നവരും പുറത്തുനിന്ന് വാങ്ങാൻ ശേഷിയുള്ളവരും എന്തു കഴിക്കുന്നുവെന്നത് പ്രധാനമാണ്. കുട്ടികളുടെ ഭാവിയെയും ആരോഗ്യത്തെയും നിർണ്ണയിക്കുന്ന കാര്യമായതുകൊണ്ടു തന്നെ പാഠപുസ്തകംപോലെയും പാഠ്യരീതിപോലെയും പ്രധാനമാണ്. രാജ്യത്തെ സ്ക്കൂളുകളിൽ ജങ്ക്ഫുഡ് നിരോധിക്കാൻ സർക്കാർ തയാറെടുക്കുന്നു എന്നത് ശ്രദ്ധേയമാണ്. ജങ്ക്ഫുഡ് ആരോഗ്യത്തിന് എത്രമാത്രം ഹാനികരമാണെന്ന് ആരോഗ്യവിദഗ്ധർ എത്രയോ കാലങ്ങളായി മുന്നറിയിപ്പു നൽകുകയാണ്. എന്നാൽ അത് ഇപ്പോഴും നിയന്ത്രിക്കാൻ ഒരു സംവിധാനവുമില്ല. പുകവലി ഹാനികരമാണെന്ന് എഴുതിക്കാണിക്കുകയും പാക്കറ്റിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുകയുമല്ലാതെ അതിനെ നിരോധിക്കാൻ ഇനിയും കഴിഞ്ഞിട്ടില്ല. അതുപോലെ തന്നെയാണ് ജങ്ക് ഫുഡും. അവ ഹാനികരമാണെന്ന് ഡോക്ടർമാർ സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തിയാലും നിർമ്മാണം പെരുകുന്നത് തടയാൻ നമുക്കായിട്ടില്ല. സ്ക്കൂളുകളിലെങ്കിലും നിയന്ത്രണം ഫലവത്തായാൽ അത് വിജയത്തിന്റെ തുടക്കമാകും.

ദീപിക നവംബർ 16, 2019

സ്വകാര്യസ്വത്തു സംരക്ഷിക്കുന്ന നിയമം നല്ല ചുവടുവയ്പ്

ഹർത്താൽ, പ്രകടനം, ആഘോഷങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ നടക്കുമ്പോൾ സ്വകാര്യ സ്വത്തുക്കൾക്കു നാശമുണ്ടാക്കുന്നതു ജാമ്യമില്ലാത്ത കുറ്റമായി കണക്കാക്കാനും കർശന ശിക്ഷ നൽകാനും നഷ്ടപരിഹാരം ഈടാക്കാനുമുള്ള നിയമം തികച്ചും സ്വാഗതാർഹവും നടപ്പാക്കേണ്ടതുമാണ്. ഈ നിയമം ജനങ്ങൾക്കു കൂടുതൽ സുരക്ഷിതത്വബോധവും ആത്മവിശ്വാസവും നൽകും. വളരെ നിർണ്ണായകവും ജനങ്ങൾക്ക് ആശ്വാസകരവുമായ ഈ നിയമനിർമ്മാണത്തിനു മുൻകൈയെടുത്തവരും പിന്തുണ നൽകിയവരും അഭിനന്ദനം അർഹിക്കുന്നു. പൗരസ്വാതന്ത്ര്യത്തെക്കുറിച്ചു വലിയ ബോധമുള്ള ജനതയാണു നമ്മുടേത്. മറ്റുള്ളവരുടെ ജീവിതത്തിലേക്ക് അനാവശ്യമായി കടന്നു ചെല്ലാനോ അവരുടെ വസ്തുക്കൾക്കു നാശമുണ്ടാക്കാനോ ആർക്കും അവകാശമില്ല. പൊതു സ്വത്തായാലും സ്വകാര്യസ്വത്തായാലും അതു തകർക്കാനുള്ളതല്ലെന്നും സംരക്ഷിക്കപ്പെടേണ്ടതാണെന്നുമുള്ള ബോധ്യമാണ് ഈ നിയമനിർമ്മാണത്തിന് സർക്കാരിനെ പ്രേരിപ്പിച്ചത്. ഇത്തരമൊരു ബിൽ ചരിത്രപരമായ ആവശ്യമാണ്. പൗരാവകാശങ്ങൾക്കും വ്യക്തികളുടെ സ്വാതന്ത്ര്യത്തിനും വലിയ പ്രാധാന്യം നൽകുന്ന സംസ്കാരമാണ് നമ്മുടേത്. സ്വകാര്യസ്വത്തു സംരക്ഷണനിയമം ജനങ്ങളുടെ അവകാശസംരക്ഷണത്തിന്റെ ദിശയിൽ വലിയൊരു ചുവടുവെയ്പ്പാണ്. സമരത്തിന്റെയോ പ്രതിഷേധപ്രകടനത്തിന്റെയോ ഭാഗമായി മാത്രമല്ല ആഘോഷപരിപാടികളോടു ബന്ധപ്പെട്ടും സ്വകാര്യ സ്വത്തുക്കൾക്കു നാശമുണ്ടാക്കിയാൽ ശിക്ഷിക്കുന്ന കടുത്ത വ്യവസ്ഥ ചെയ്തിട്ടുള്ളതിനാൽ അക്രമങ്ങൾ കുറയുമെന്നു പ്രതീക്ഷിക്കാം. പ്രതിഷേധമുള്ളവർ അതു പ്രകടിപ്പിക്കാൻ സമാധാനപരവും വ്യവസ്ഥാപിതവുമായ മാർഗ്ഗം സ്വീകരിക്കട്ടെ. ഇത്തരമൊരു സംസ്കാരത്തിലേക്കു കേരളം മാറാൻ സ്വകാര്യസ്വത്തു സംരക്ഷണ നിയമം വഴിതെളിക്കുമെന്നു വിശ്വസിക്കാം.

ഗൂഗിൾ ഫിറ്റ്ബിറ്റിനെ വാങ്ങുന്നു



വെയറബിൾ ടെക്നോളജി മേഖലയിലേക്ക് കടക്കുകയെന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ 2.1 ബില്യൺ ഡോളറിന് ഗൂഗിൾ ഫിറ്റ്ബിറ്റിനെ വാങ്ങുന്നു. തങ്ങളുടെ പ്രധാന മേഖലയായ ഓൺലൈൻ സേർച്ചിന് പുറമേ ഹാർഡ് വെയർ മേഖലയിൽ കൂടി സാന്നിധ്യം ശക്തമാക്കുകയാണ് ടെക് ഭീമന്റെ ലക്ഷ്യം.

ഫിറ്റ്ബിറ്റ് ബ്രാൻഡിൽ കമ്പനി ഇൻസ്പയർ, ചാർജ് ഫിറ്റ്നസ് ബാൻഡുകളും വെഴ്സ സ്മാർട്ട് വാച്ചുകളുമാണ് ഇന്ത്യയിൽ വിൽക്കുന്നത്. ഷവോമി, ആപ്പിൾ, ഹുവാവേ, ഫിറ്റ്ബിറ്റ് എന്നീ കമ്പനികളാണ് വെയറബിൾ ടെക്നോളജി മേഖലയിൽ മുൻനിരയിലുള്ളത്.

ഗോവഫെസ്റ്റ്

16-ാംമത് ഗോവഫെസ്റ്റ് വാർഷിക മീഡിയ കോൺക്ലേവ് 2020 ഏപ്രിൽ 2 മുതൽ 4 വരെ ഗോവയിൽ നടക്കും. മൂന്ന് ദിവസത്തെ പരിപാടികൾക്ക് ചെയർമാൻ നകുൽ ചോപ്രയും കോ-ചെയർമാനായ ജയ്ദീപ് ഗാന്ധിയും നേതൃത്വം നൽകും. 2020 ലെ ആബെ അവാർഡിന്റെ ചെയർമാനായി ഐപിജി മീഡിയ സി.ഇ.ഒ.യും ട്രഷററുമായ ശശി സിൻഹയെ ദി അഡ്വർടൈസിംഗ് ക്ലബ് തിരഞ്ഞെടുത്തു. അഡ്വർടൈസിംഗ് ക്ലബ്ബും അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസീസ് അസോസിയേഷൻ ഓഫ് ഇന്ത്യയും (എഎഎഐ) സംയുക്തമായി എല്ലാ വർഷവും സംഘടിപ്പിക്കുന്നതാണ് ഗോവഫെസ്റ്റ്.

ഫാസ്റ്റ്ട്രാക്ക് ഇന്ത്യയിൽ ഒന്നാമത്



പത്തുലക്ഷത്തിലധികം വായനക്കാരുമായി ഇന്ത്യയിൽ ഏറ്റവുമധികം പ്രചാരമുള്ള വാഹനമാസികയായി മനോരമ ഫാസ്റ്റ്ട്രാക്ക്. 2019ലെ ദി ഇന്ത്യൻ റീഡർഷിപ്പ് സർവേ (ഐ.ആർ.എസ്.) രണ്ടാം ക്വാർട്ടർ കണക്കുകൾ പ്രകാരം 10,80,000 വായനക്കാരാണ് ഫാസ്റ്റ്ട്രാക്കിനുള്ളത്. ഇംഗ്ലീഷ് മാസികയായ ഓട്ടോകാർ (8,77,000), ബിബിസി ടോപ്ഗിയർ (5,11,000) എന്നിവയാണ് രണ്ടും മൂന്നും സ്ഥാനങ്ങളിൽ. ഐആർഎസ് ലിസ്റ്റിൽ കേരളത്തിൽ നിന്നുള്ള ഏക വാഹന മാസികയാണ് ഫാസ്റ്റ്ട്രാക്ക്.

എയർടെല്ലും ഐസിഐസിഐയും കോർപറേറ്റ് ഏജൻസി കരാറിൽ

ഇൻഷ്വറൻസ് കമ്പനിയായ ഐസിഐസിഐ പ്രൂഡൻഷലും എയർടെൽ പേമെന്റ് ബാങ്കും തമ്മിൽ കോർപ്പറേറ്റ് ഏജൻസി കരാർ ഒപ്പുവച്ചു. എയർടെൽ പേമെന്റ് ബാങ്ക് ഇടപാടുകാർക്കു ലൈഫ് ഇൻഷ്വറൻസ് ഉത്പന്നങ്ങളും സമ്പാദ്യ പദ്ധതികളും ലഭ്യമാക്കാനാണ് കരാർ. എയർടെൽ പേമെന്റ് ബാങ്കിന് ഇന്ത്യയിൽ അറുപതിനായിരത്തിലേറെ ബാങ്കിംഗ് പോയിന്റുകൾ ഉണ്ട്. സുരക്ഷാപ്ലാനായ ഐസിഐസിഐ പ്രൂഐ പ്രൊട്ടക്ട് സ്മാർട്ടും സേവിംഗ്സ് പ്ലാനായ അൻമോൽ ബചതും ആണ് എയർടെൽ ബാങ്കിംഗ് പോയിന്റുകൾ വഴി ആദ്യം ലഭിക്കുക.

ഫിൻടെക് 100 പട്ടികയിൽ മലയാളി സ്റ്റാർട്ട് അപ്പ്

ഫിനാൻഷ്യൽ ടെക്നോളജി രംഗത്തെ മികച്ച 100 കമ്പനികളുടെ ആഗോള പട്ടികയിൽ മലയാളി സ്റ്റാർട്ട് അപ്പായ 'ഓപ്പൺ' ഇടംപിടിച്ചു. ആഗോള കൺസൾട്ടൻസി സ്ഥാപനമായ കെ.പി.എം.ജിയും എച്ച് 2 വെഞ്ചേഴ്സും ചേർന്ന് തയ്യാറാക്കുന്ന 'ഫിൻടെക് 100' പട്ടികയുടെ ആറാം പതിപ്പിലാണ് ബെംഗളൂരു ആസ്ഥാനമായ നിയോ ബാങ്കിങ് സ്റ്റാർട്ടപ്പായ ഓപ്പൺ ഇടം പിടിച്ചത്. 2017 ൽ ആരംഭിച്ച ഈ സ്റ്റാർട്ടപ്പ് ചെറുകിട സംരംഭങ്ങൾക്കും സ്റ്റാർട്ടപ്പുകൾക്കും ഡിജിറ്റൽ ബാങ്കിങ്, അക്കൗണ്ടിങ്, ബില്ലിംഗ് എന്നിവ ഉൾപ്പെടെ പണമിടപാടുമായി ബന്ധപ്പെട്ട എല്ലാം ഒരൊറ്റ പ്ലാറ്റ്ഫോമിൽ ഒരുക്കിയിരിക്കുന്നു. ഓപ്പൺ ഉൾപ്പെടെ എട്ട് സ്റ്റാർട്ട് അപ്പുകളാണ് ഫിൻടെക് 100 പട്ടികയിൽ ഇന്ത്യയിൽ നിന്ന് ഇടംപിടിച്ചത്. പേടിഎം, ഒലാ മണി, പോളിസി ബസാർ, ലെൻഡിങ് കാർട്ട് എന്നിവ ഇതിൽ പെടുന്നു.

മേക്കർ വില്ലേജ് പ്രതിരോധ വകുപ്പിന്റെ സ്റ്റാർട്ടപ് പങ്കാളി

രാജ്യത്തെ ഏറ്റവും വലിയ ഇലക്ട്രോണിക് ഹാർഡ് വെയർ ഇൻകുബേറ്ററായ കൊച്ചി മേക്കർ വില്ലേജ് പ്രതിരോധ ഗവേഷണത്തിൽ സ്റ്റാർട്ടപ്പുകളുടെ സഹകരണം ഉറപ്പാക്കുന്ന ഇന്നോവേഷൻസ് ഫോർ ഡിഫൻസ് എക്സലൻസിന്റെ പങ്കാളിയായി. ഡൽഹിയിൽ നടന്ന ചടങ്ങിൽ ഡിഫൻസ് ഇന്നോവേഷൻ ഓർഗനൈസേഷൻ സിഇഒ സഞ്ജയ് ജാജുവിൽ നിന്ന് മേക്കർ വില്ലേജ് സിഇഒ പ്രസാദ് ബാലകൃഷ്ണൻ നായർ ധാരണാപത്രം ഏറ്റുവാങ്ങി.

മാരുതിയും ടൊയോട്ടയും ഒന്നിക്കുന്നു

കാർ നിർമ്മാതാക്കളായ മാരുതി സുസുക്കിയും ടൊയോട്ടയുമായി പുതിയ സഹകരണം. കാറുകൾ പൊളിക്കുകയും റീ സൈക്ലിങ്ങ് ചെയ്യുകയുമാണ് സഹകരണത്തിലൂടെ ലക്ഷ്യം വെയ്ക്കുന്നത്. ഇതിനായി കമ്പനികളുടെ സംയുക്ത സംരംഭമായ മാരുതി സുസുക്കി ടൊയോട്സു ഇന്ത്യ (എം.എസ്.ടി.ഐ.) എന്ന കമ്പനിയാണ് ഈ രംഗത്തേക്ക് എത്തുന്നത്. ഇതിൽ 50ശതമാനം ഓഹരികളാവും മാരുതി സുസുക്കിക്ക് ഉണ്ടാവുക. 2020–21 ഓടെ ഉത്തർപ്രദേശിലെ നോയിഡയിൽ ഇതിനായി യൂണിറ്റ് ആരംഭിക്കും. ഇന്ത്യൻ നിയമത്തിന് അനുസൃതമായ മാലിന്യ നിർമ്മാർജന സംവിധാനത്തോടെയാകും പ്രവർത്തനങ്ങൾ ആരംഭിക്കുക എന്ന് അധികൃതർ അറിയിച്ചു.

ഉച്ചാരണം ശരിയാക്കാൻ ഗൂഗിൾ

ഇംഗ്ലീഷിലെ കഠിന പദങ്ങളുടെ ശരിയായ ഉച്ചാരണം ശീലിക്കാൻ പുത്തൽ ഫീച്ചറുമായി ഗൂഗിൾ. പദങ്ങളുടെ ഉച്ചാരണം തെരഞ്ഞെടുക്കുമ്പോൾ ശരിയായ ഉച്ചാരണം കേൾപ്പിക്കുന്നതിനു പുറമെ അവ ശരിയായി ഉച്ചരിക്കാൻ പരിശീലനം നൽകുന്ന പ്രാക്ടീസ് ഫീച്ചറാണ് അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. സേർച്ച് ബാറിലെ പ്രാക്ടീസ് മെനുവിൽ ടാപ് ചെയ്ത ശേഷമാണു പരിശീലനം ആരംഭിക്കേണ്ടത്. ഉച്ചാരണം തേടിയ പദം ഫോണിലെ മൈക്രോഫോണിലൂടെ ഉപയോക്താവ് പറയണം. ഉച്ചാരണം ശരിയായില്ലെങ്കിൽ എന്തു മാറ്റമാണ് വരുത്തേണ്ടതെന്ന നിർദ്ദേശം ഗൂഗിൾ നൽകും. ഉച്ചാരണം ശരിയാകും വരെ പരിശീലനം തുടരാനാവും.

അമേരിക്കൻ ഇംഗ്ലീഷ് അടിസ്ഥാനമാക്കിയുള്ള ഉച്ചാരണമാണ് പരിശീലിക്കുന്നത്. ഇതിനു പുറമെ പദങ്ങളുടെ അർത്ഥം തെരയുമ്പോൾ ചിത്രങ്ങൾ സഹിതം ഉത്തരങ്ങൾ നൽകുന്ന ഫീച്ചറും ആരംഭിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഇന്ത്യ സ്കിൽസ് കേരള 2020 അപേക്ഷിക്കാം

കേരള അക്കാഡമി ഫോർ സ്കിൽസ് എക്സലൻസിന്റെയും (കെയ്സ്) വ്യാവസായിക പരിശീലന വകുപ്പിന്റെയും സംയുക്താഭിമുഖ്യത്തിൽ സംഘടിപ്പിക്കുന്ന 'ഇന്ത്യ സ്കിൽസ് കേരള 2020' നൈപുണ്യമേളയിലേക്ക് അപേക്ഷിക്കാം. ജില്ലാതല മത്സരങ്ങൾ ഡിസംബർ 14 മുതൽ 19 വരെയും, മേഖലാതല മത്സരങ്ങൾ തിരുവനന്തപുരം, കൊച്ചി, കോഴിക്കോട് എന്നിവിടങ്ങളിലായി ജനുവരി 10 മുതൽ 15 വരെയും നടക്കും. സംസ്ഥാനതല മത്സരങ്ങൾ ഫെബ്രുവരി 15 മുതൽ 17 വരെ കോഴിക്കോട്ട് നടക്കും. ദേശീയാടിസ്ഥാനത്തിൽ വിജയിച്ചാൽ ചൈനയിലെ ഷാങ്ഹായിൽ നടക്കുന്ന ആഗോള മത്സരത്തിൽ പങ്കെടുക്കാം. സ്കിൽ ഇനങ്ങൾക്കൊപ്പം ബേക്കറി, ബ്യൂട്ടിതെറാപ്പി, ഹെൽത്ത് ആൻഡ് സോഷ്യൽ കെയർ, ഹോട്ടൽ റിസപ്ഷനിസ്റ്റ്, ജ്വല്ലറി തുടങ്ങിയവയും ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. രജിസ്ട്രേഷനും കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾക്കും: www.indiaskillskerala.com

ഫോക്സ്‌വാഗൺ ഗ്രൂപ്പ് സ്കോഡയുമായി ലയിക്കുന്നു

രാജ്യത്തെ മൂന്ന് പാസഞ്ചർ കാർ സബ്സിഡിയറികളെ ലയിപ്പിക്കുന്നതിന് റെഗുലേറ്ററി, സ്റ്റാറ്റ്യൂട്ടറി അംഗീകാരങ്ങൾ ലഭിച്ചതായി ഫോക്സ്‌വാഗൺ ഗ്രൂപ്പ് ഇന്ത്യ അറിയിച്ചു. ഇത് സ്കോഡ ഓട്ടോ ഫോക്സ്‌വാഗൺ ഇന്ത്യ എന്ന പേരിൽ അറിയപ്പെടും. ലയിപ്പിച്ച സ്ഥാപനത്തിന് - ഫോക്സ്‌വാഗൺ ഇന്ത്യ, ഫോക്സ്‌വാഗൺ ഗ്രൂപ്പ് സെയിൽസ് ഇന്ത്യ, സ്കോഡ ഓട്ടോ ഇന്ത്യ എന്നിവയെ ഗുർപ്രതാപ് ബോപരായ് നേതൃത്വം നൽകും. പൂനെ ആസ്ഥാനമായ കമ്പനിയുടെ പൂനെയിലും ഔറംഗബാദിലും പ്രൊഡക്ഷന് ആവശ്യമായ സൗകര്യങ്ങൾ വർദ്ധിപ്പിക്കും. കൂടാതെ മുംബൈ, ന്യൂഡൽഹി എന്നിവിടങ്ങളിലും രാജ്യത്തുടനീളവും പ്രാദേശിക ഓഫീസുകളും ആരംഭിക്കും.

സ്കോഡ ഓട്ടോ ഫോക്സ്‌വാഗൺ ഇന്ത്യ പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡിന്റെ പ്രവർത്തന സമാരംഭം ഇന്ത്യ 2.0 പദ്ധതിയിലെ ഒരു സുപ്രധാന നാഴികക്കല്ലായിരിക്കുമെന്ന് സ്കോഡ ഓട്ടോ സിഇഒ ബെർണാർഡ് മെയർ പ്രസ്താവനയിൽ പറഞ്ഞു. ഈ ലയനം എല്ലാ തലങ്ങളിലും കൂടുതൽ കാര്യക്ഷമമായി പ്രവർത്തിക്കാനും ഗ്രൂപ്പിന്റെ ദീർഘകാല ലക്ഷ്യം കൈവരിക്കാനുമുള്ള ഒരു പ്രധാന വ്യവസ്ഥയാണ് - 2025 ഓടെ ഫോക്സ്‌വാഗൺ, സ്കോഡ എന്നിവയ്ക്ക് ഗണ്യമായ വിപണി ഓഹരികൾ നേടുന്നതിന് ഇതുമൂലം സാധിക്കും.

എംആർയുസി ഗവേഷണ പങ്കാളികളെ ക്ഷണിക്കുന്നു

ഗവേഷണ-സാങ്കേതിക മേഖലയിലെ കൂടുതൽ പുരോഗതിയോടെ ഓരോ പാദത്തിലും ഐആർഎസ് റിലീസ് തുടരുന്നുവെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനായി എംആർയുസി (മീഡിയ റിസർച്ച് യൂസേഴ്സ് കൗൺസിൽ) ഐആർഎസ് (ഇന്ത്യൻ റീഡർഷിപ്പ് സർവേ) നടത്താനുള്ള കരാറിനായി ഗവേഷണ പങ്കാളികളെ ക്ഷണിക്കുന്നു. ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലുതും തുടർച്ചയായതുമായ മൾട്ടി മീഡിയ, ഉപഭോക്തൃ സർവേയാണിത്. എംആർയുസി പുറപ്പെടുവിച്ച ആർഎഫ്പി (പ്രൊപ്പോസലിനായുള്ള അഭ്യർത്ഥന) ഐആർഎസ് ഫീൽഡ് വർക്ക് നിർവ്വഹിക്കുന്നതിന് ഏജൻസിക്ക് ആവശ്യമായ വ്യവസ്ഥകൾ നൽകുന്നു. ഈ മേഖലയിലെ തെളിയിക്കപ്പെട്ട വൈദഗ്ധ്യമുള്ള ഏജൻസികളെയും മികച്ച ഡൊമെയ്ൻ പരിജ്ഞാനമുള്ള സ്ഥാപനങ്ങളെയും പ്രോജക്റ്റ് കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള സാമ്പത്തിക ശേഷിയും ഉള്ളവരെ ക്ഷണിക്കുന്നു.

വിവിധ ഗവേഷണ ഏജൻസികളിൽ നിന്ന് ഓരോ നിർദ്ദേശങ്ങളും സ്വീകരിക്കാനും പഠിക്കാനും ഞങ്ങൾ ആഗ്രഹിക്കുന്നുവെന്ന് എംആർയുസി ചെയർമാനും മീഡിയ ചെയർമാനുമായ പ്രതാപ് പവാർ പറഞ്ഞു. ആർഎഫ്പിയിൽ പറഞ്ഞിരിക്കുന്ന ഗവേഷണ ആവശ്യകതകൾ നിറവേറ്റുന്നതിനെക്കുറിച്ചും ഐആർഎസിനെക്കുറിച്ചുള്ള അവരുടെ ധാരണയെ അടിസ്ഥാനമാക്കി അവരെ വിലയിരുത്തും.

എംആർയുസി വൈസ് ചെയർമാനും ഐപിജി മീഡിയ ബ്രാൻഡുകളുടെ സിഇഒയുമായ ശശി സിൻഹ പറഞ്ഞു, ''സുരക്ഷാ മെച്ചപ്പെടുത്തലുകളും ഡാറ്റയുടെ കൃത്യത ഉറപ്പുവരുത്തുന്നതിനായി സ്വീകരിച്ച നടപടികളും പുതിയ ഗവേഷണ പങ്കാളിയെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിനുള്ള പ്രധാന ലക്ഷ്യങ്ങളിൽ ചിലതായിരിക്കും.

നിലവിലെ ഏജൻസിയായ നീൽസൺ ഇന്ത്യയുമായുള്ള എംആർയുസിയുടെ കരാർ ഐആർഎസ് 2019 അവസാന പാദത്തോടെ അവസാനിക്കുന്നു.

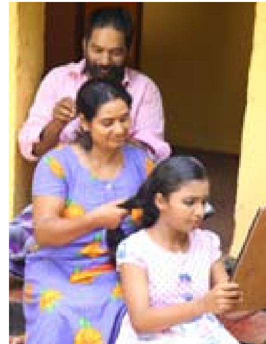
പളുങ്ക്

രാജ്മോഹൻ കഥയും സംഭാഷണവും എഴുതി സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ഹ്രസ്വചിത്രമാണ് പളുങ്ക്. ആയില്യം പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിലാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. രമ്യ അനിൽ, രാജ്മോഹൻ എന്നിവർ ചേർന്നാണ് തിരക്കഥ രചിച്ചത്. ഒരു അച്ഛന്റെയും എട്ടു വയസ്സുകാരിയായ മകളുടെയും കഥയാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിലൂടെ പറയുന്നത്. ജിതേഷ് ദാമോദർ, രമേഷ് ഗോപാൽ, ശ്രീകുമാർ, ഷൈജൻ, രാജേഷ്, ശ്രീകാന്ത്, അഭിലാഷ്, അനൂപ്, ബേബി കൃഷ്ണശ്രീ, സരിത, സൗപർണ്ണിക, തൃഷ്ണ എന്നിവരാണ് അഭിനേതാക്കൾ. പ്രശസ്ത ഫോട്ടോഗ്രാഫറും ഛായാഗ്രാഹകനുമായ ജിതേഷ് ദാമോദർ ആണ് അച്ഛനായി അഭിനയിക്കുന്നത്. മകളായി അഭിനയിക്കുന്നത് ബേബി കൃഷ്ണശ്രീ ആണ്.

ഛായാഗ്രഹണം: അനീഷ് കാപ്പിക്കാട്, ക്രിയേറ്റീവ് ഹെഡ് : ശിവകുമാർ. എഡിറ്റിംഗ്: ആദർശ്. പശ്ചാത്തല സംഗീതം: രാജീവ് ശിവ. മേക്കപ്പ് : ഷാജി. കലാസംവിധാനം: അഭിലാഷ്. അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ: ശ്രീകാന്ത്. കോസ്റ്റ്യൂംസ്: സൂര്യ ശ്രീകുമാർ. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : അനൂപ് മധുസൂദനൻ. പി ആർ ഒ : റഹിം പനവൂർ. സൗണ്ട്, എഫക്ട്സ്: ഫസ്റ്റ് ലുക്ക് മീഡിയ.

ചിത്രാഞ്ജലി സ്റ്റുഡിയോ, വെള്ളായണി എന്നിവിടങ്ങളിലായിരുന്നു ചിത്രീകരണം. തെറ്റാലി എന്ന ശ്രദ്ധേയമായ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിനുശേഷം രാജ്മോഹൻ സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ഹ്രസ്വചിത്രമാണിത്.







ട്രയാംഗിൾ

ആനുകാലിക സംഭവങ്ങളെ പശ്ചാത്തലമാക്കി അനി മനു സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ഹ്രസ്വചിത്രമാണ് ട്രയാംഗിൾ. ഡ്രീം ബേർഡ് ഫിലിംസിന്റെ ബാനറിലാണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. മനു നെയ്യാറ്റിൻകര ആണ് രചന നിർവ്വഹിച്ചത്. സദാചാര കൊലപാതകത്തിനെതിരെയുള്ള ശക്തമായ പ്രതികരണമായാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രം പറയുന്നതെന്ന് ചിത്രത്തിന്റെ അണിയറക്കാർ പറഞ്ഞു. പകൽ സദാചാരം പറയുകയും രാത്രിയിൽ യഥാർത്ഥ സ്വഭാവം പുറത്തുവരികയും ചെയ്യുന്നവരുടെ കഥയാണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിലൂടെ ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നത്.

ഡോ.രാജാവാര്യർ, സജീവ് എം, ജയൻ, ആസിഫ്, മനോജ്കുമാർ, ഷമീർ, അരിൻ എന്നിവരാണ് അഭിനേതാക്കൾ. നായക കഥാപാത്രത്തെ രാജാവാര്യരും നായിക കഥാപാത്രത്തെ അരിനും അവതരിപ്പിക്കുന്നു.

ഗാനരചന,സംഗീതം : ആദിത്യ എ.എൻ. ആലാപനം : ദിയ. ഛായാഗ്രഹണം: പ്രജിത്ത്. കലാസംവിധാനം : ഷിബുരാജ്. പി.ആർ.ഒ : റഹിം പനവൂർ. ഡിസൈൻ: ലീഫ് ആർട്ട് ഡോ.രഞ്ജു.

സ്കൂൾ വിദ്യാർത്ഥിയായ ആദിത്യ എ.എൻ ആണ് ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിന്റെ ഗാനരചനയും സംഗീത സംവിധാനവും നിർവ്വഹിച്ചത് എന്ന ഒരു പ്രത്യേകതയുമുണ്ട്. തിരുവനന്തപുരം വഴുതയ്ക്കാട് ചിന്മയ വിദ്യാലയത്തിലെ പത്താം ക്ലാസ് വിദ്യാർത്ഥിയാണ് ആദിത്യ. ആദിത്യ ആദ്യമായാണ് ഗാനരചനയും സംഗീത സംവിധാനവും നിർവ്വഹിക്കുന്നത്. സംഗീത സംവിധായകനും ദേവരാഗം മ്യൂസിക് സ്കൂളിന്റെ ഡയറക്ടറുമായ സതീഷ് രാമചന്ദ്രന്റെ ശിഷ്യനാണ് ആദിത്യ.

ചലച്ചിത്ര-ടിവി-നാടക നടൻ അനിൽ കരുണയുടെയും നിഷാ രവിയുടെയും രണ്ട് മക്കളിൽ മൂത്ത മകനാണ് ആദിത്യ. ഈ ഹ്രസ്വചിത്രത്തിലെ ഗാനം ആലപിച്ച ദിയ എം.ജി.എം സ്കൂളിലെ പത്താം ക്ലാസ് വിദ്യാർത്ഥിനിയാണ്. ഗാനത്തിന്റെ ഓഡിയോ റിലീസ് ചടങ്ങ് തിരുവനന്തപുരത്ത് നടന്നു. കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഡയറക്ടർ പ്രൊഫ.വി.കാർത്തികേയൻ നായർ സിഡി റിലീസ് ചെയ്തു. ചലച്ചിത്ര സംവിധായകൻ ബാലു കിരിയത്ത് സിഡി ഏറ്റുവാങ്ങി. കാരയ്ക്കാമണ്ഡപം വിജയകുമാർ,





ഡോ.ബിജു ബാലകൃഷ്ണൻ, സതീഷ് രാമചന്ദ്രൻ, ഡോ.രഞ്ജു, അരിൻ, മനു നെയ്യാറ്റിൻകര, അനിൽ കരുണ, ദിയ തുടങ്ങിയവർ സംസാരിച്ചു. സതീഷ് രാമചന്ദ്രൻ, പ്രിജിത്ത്, ഡോ.രഞ്ജു എന്നിവരെ ചടങ്ങിൽ ആദരിച്ചു.

റഹിം പനവൂർ പിആർഒ ഫോൺ : 9946584007

വെളുത്തവാവ്

തിരുവനന്തപുരം കേന്ദ്രമാക്കി പ്രവർത്തിക്കുന്ന നിത്യഹരിത കൾച്ചറൽ ആന്റ് ചാരിറ്റബിൾ സൊസൈറ്റി അവതരിപ്പിക്കുന്ന പ്രഥമ സിനിമയാണ് വെളുത്തവാവ്. രാജേഷ് വട്ടപ്പാറ ആണ് ചിത്രത്തിന്റെ സംവിധായകൻ. കൂട്ടായ്മയിലുള്ള ഈ സിനിമ സൊസൈറ്റിയിലെ അംഗങ്ങളേയും മലയാളത്തിലെ പ്രമുഖ താരങ്ങളെയും ഉൾപ്പെടുത്തിയാണ് ഒരുക്കുന്നത്. ഗ്രാമീണ പശ്ചാത്തലത്തിലുള്ള കുടുംബകഥയാണ് ഈ ചിത്രം പറയുന്നത്.

സിനിമയുടെ പൂജാ കർമ്മം വട്ടപ്പാറ നടന്നു. കവിയും ഗാനരചയിതാവുമായ ചുനക്കര രാമൻകുട്ടി ദീപം തെളിച്ച് ചടങ്ങ് ഉദ്ഘാടനം ചെയ്തു. നടനും സൊസൈറ്റി രക്ഷാധികാരിയുമായ വഞ്ചിയൂർ പ്രവീൺകുമാർ, സൊസൈറ്റി പ്രസിഡന്റും സിനിമ പി ആർ ഒയുമായ റഹിം പനവൂർ, കവിയും ഗാനരചയിതാവുമായ ദേവൻ പകൽക്കുറി, സംവിധായകൻ രാജേഷ് വട്ടപ്പാറ, ചലച്ചിത്ര-ടി വി താരം റിയാസ് നെടുമങ്ങാട്, പ്രവാസിബന്ധു ഡോ. എസ്.അഹമ്മദ്, അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടറും കോറിയോഗ്രാഫറുമായ ശ്രീകുമാർ അരശുപറമ്പ്, ഡോ. വാഴമുട്ടം ബി. ചന്ദ്രബാബു, ഡോ.വേണുഗോപാലൻ നായർ, ഡി.ശിവപ്രസാദ്, ബൈജു തീർത്ഥം, നിജി സിറാജ്, ബേബി കൃഷ്ണപ്രിയ തുടങ്ങിയവർ സംസാരിച്ചു.



ഇതേ തുടർന്ന് റഹിം പനവൂർ സംവിധാനം ചെയ്ത നിത്യഹരിത ഗാനം മ്യൂസിക്കൽ വീഡിയോ ആൽബം ദേവൻ പകൽക്കുറി റിലീസ് ചെയ്തു. ഗാനരചന : ചുനക്കര രാമൻകുട്ടി, ദേവൻ പകൽക്കുറി. സംഗീത സംവിധാനം : ഡോ.വാഴമുട്ടം ബി. ചന്ദ്രബാബു, പി.എം.രാജാപോൾ. ഛായാഗ്രഹണം: രാഗേഷ് ആർ.ജി.

കുട്ടിയപ്പനും ദൈവദൂതരും

ചലച്ചിത്ര സംവിധായകൻ ലാൽജോസ് പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്ന കുട്ടിയപ്പനും ദൈവദൂതരും എന്ന ചലച്ചിത്രം പ്രദർശനത്തിനൊരുങ്ങുന്നു. ഗോകുൽ ഹരിഹരൻ ആണ് ചിത്രത്തിന്റെ സംവിധായകൻ. ഫീൽഗുഡ് എന്റർടെയ്ൻമെന്റ്സിന്റെ ബാനറിൽ വി.ഹരിസുധൻ ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. രാജേഷ് സൗപർണിക ആണ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് പ്രൊഡ്യൂസർ. വെങ്കിടേഷ് വെങ്കി, സന്തോഷ് രാജ എന്നിവർ ചേർന്നാണ് രചന നിർവ്വഹിച്ചത്.

അണിയറ പ്രവർത്തകർ യുവാക്കളാണ് എന്നതാണ് ഈ ചിത്രത്തിന്റെ ഒരു പ്രത്യേകത. യാദൃശ്ചികമായി ഒരു ഓട്ടോറിക്ഷയിൽ യാത്ര ചെയ്യുന്ന കുട്ടിയപ്പൻ എന്ന പാചകക്കാരനും ഓട്ടോ ഡ്രൈവറായ ഗിരിയും തമ്മിലുള്ള സംഭാഷണവും തുടർന്നുണ്ടാകുന്ന വഴിത്തിരിവുകളുമായി സിനിമയുടെ കഥ വികസിക്കുന്നു. വ്യത്യസ്ത കാലഘട്ടങ്ങൾ പശ്ചാത്തലമാക്കി ഒരുങ്ങുന്ന കുടംബചിത്രമാണിത്. ഒരു നായ നിർണ്ണായക കഥാപാത്രമായി എത്തുന്നു എന്ന മറ്റൊരു പ്രത്യേകതയും ഈ ചിത്രത്തിനുണ്ട്.

ലാൽ ജോസിനെ കൂടാതെ അരിസ്റ്റോ സുരേഷ്, ഡോ.രാജ്കുമാർ, ധനിൽകൃഷ്ണ, അരുൺ ഗോപൻ, അരുൺഭായ് തിരുവനന്തപുരം, വിഷ്ണുജയ്, വിമൽ എസ്., വിനുമിത്ര. ബിജിൽ ബാബു, സുവിൻലാൽ, അഖിൽ ഭരത്, സന്ദീപ് കരുണാകരൻ, വിഷ്ണു ആർ. രാജ്, വിശ്വമോഹൻ, രാകേഷ്, ഋഷികേശ്, ജയകൃഷ്ണൻ, ദേവിക സന്തോഷ്, റിയ വിനോയ്, ബേബി അനന്ദ്രിത, ബേബി കൃഷ്ണപ്രിയ, ബേബി ചിന്മയ, ബേബി പാർവണ, പ്രിയാ വിഷ്ണു, ആര്യാ ശ്രീകണ്ഠൻ തുടങ്ങിയവരാണ് പ്രധാന താരങ്ങൾ. ഗാനരചന : രതീഷ് തുളസീധരൻ. സംഗീത സംവിധാനം, പശ്ചാത്തല സംഗീതം : ആദർശ് പി.വി. ഗായകർ : നജീം അർഷാദ്, അരവിന്ദ് വേണുഗോപാൽ, ജോബ് കുര്യൻ. ഛായാഗ്രഹണം: വിപിൻ രാജ്. എഡിറ്റിംഗ്: ശരൺ ജി. ചീഫ് അസോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ: ശരത് ബാലകൃഷ്ണൻ. കോസ്റ്റ്യൂംസ്:ചിത്ര ടി.എച്ച്. കലാസംവിധാനം : മഹേഷ് വർക്കല. മേക്കപ്പ്: അർജ്ജുൻ തിരുവനന്തപുരം. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : ശ്യാം സരസ്സ്. പിആർഒ: റഹിം പനവൂർ. സെക്കൻഡ് ക്യാമറാമാൻ: അഭിജിത് ജിത്തു പൊട്ടൻകാവ്. കോറിയോഗ്രാഫി: സജീഷ് ഫുട്ട്ലൂസേഴ്സ്. സ്റ്റിൽസ്: അജി മസ്ക്കറ്റ്. അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടർമാർ: സുഖിൽ സാൻ, നിതിൻ മധു ആയൂർ, വിമൽ എസ്, അബി നായർ, വിനീത് താമരം. പ്രൊഡക്ഷൻ എക്സിക്യൂട്ടീവ്: വിശ്വപ്രകാശ് നെടുമങ്ങാട്. അനിമൽ ട്രെയിനർ: മുഹമ്മദ് ഷാജി. വി എഫ് എക്സ്: പിക്സ്റ്റോൾ. ഡിസൈൻസ്: ഹൈഹോപ്പ് ഡിസൈൻസ്.





Point of view

അവശകലാകാരന്മാരെ സൃഷ്ടിക്കുന്നതെന്തിന്?

കുരുന്നുകളെ എഴുത്തിന് ഇരുത്തുമ്പോൾ ചിത്രകലയുടെ ഗുണമേന്മയെക്കുറിച്ച് മാതാപിതാക്കൾക്ക്ഒരു അവബോധമുണർത്താൻ കേരളത്തിലങ്ങോളമിങ്ങോളം കുരുന്നുകളെ പ്രശസ്തരും പ്രഗത്ഭരുമായ ചിത്രകാരന്മാർക്കൊപ്പം വരക്ക് ഇരുത്തേണ്ടതും അനിവാര്യമാണ്.

മൊട്ടുസൂചി മുതൽ ആകാശകൊട്ടാരം വരെ നിർമ്മിക്കാൻ കഴിവുള്ള ചിത്രകാരി ചിത്രകാരന്മാർ ഇവിടെയുള്ളപ്പോൾ ഇവരെയെല്ലാം അവഗണിച്ച് അവശകലാകാരന്മാരാക്കി തള്ളുന്നതുകൊണ്ടല്ലേ, അവർ അറിയപ്പെടാതെ പോകുന്നതും. അവർക്ക് പണിയില്ലാതാകുന്നതും. ഇന്ത്യാ മഹാരാജ്യത്തെ കലാകാരന്മാർക്കെല്ലാം ഒരു വിലയില്ലാതാകുന്നതും അതുകൊണ്ടാണ്. എന്നാൽ ലക്ഷകണക്കിന് ഇന്ത്യൻ കലാകാരന്മാരാണ് വിദേശങ്ങളിൽ ജോലി ചെയ്യുന്നത്. അത്ര തന്നെ കലാകാരൻമാർ അറിയപ്പെടാതെ ഇന്ത്യയിൽ അവശരായി അലഞ്ഞ് തിരിഞ്ഞ് നടക്കുന്നു. അവർക്ക് ഇങ്ങനെ ഒരു പേരും നൽകി ഇവരെ ഇങ്ങനെ ഇവിടെ അലയാൻ വിടുന്നതെന്തുകൊണ്ട്? അതെക്കുറിച്ച് നാം ഒന്നടങ്കം ചിന്തിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ഇത്രയും തന്നെ പ്രഗൽഭരായ ധാരാളം കലാപ്രതിഭകൾ നിറഞ്ഞതാണ് നമ്മുടെ കേരളവും. അത് നാം മറക്കാവതല്ല. നമ്മുടെ മനോഹരമായ വീടുകൾ അലങ്കരിക്കാൻ പുറം നാടുകളിൽ നിന്നെത്തുന്ന കണ്ട് മടുത്ത പ്രിന്റുകൾ വാങ്ങുന്നത് ഒഴിവാക്കാനായി ചുരുങ്ങിയ ചിലവിൽ ചിത്രങ്ങൾ നൽകാൻ കലാകാരന്മാർ തയ്യാറുള്ളപ്പോൾ ഇവിടത്തെ ഒറിജിനൽ പെയ്ന്റിങ്ങ്സ് വാങ്ങി വെക്കാൻ നാം തയ്യാറാവേണ്ടതല്ലെ! നാം ആരെയാണ് അനുകരിക്കുന്നത്? എന്തിനാണ് കൈലുള്ളതിനെ വിട്ട് പറക്കുന്നതിനെ പിടിക്കാൻ നാം ശ്രമിക്കുന്നത്. പുതു കലാസംവിധായകരെ ഉൾകൊള്ളാതെ നമുക്ക് ഏറെ ഇഷ്ടമുള്ള ചലച്ചിത്രങ്ങൾ ക്രിയാത്മകമായ രീതിയിൽ ഉണ്ടാക്കാൻ തുനിയാത്തതുപോലെ തന്നെയാണ്, നമുക്കേറെ ഇഷ്ടമുള്ള നല്ല താമസ ഇടങ്ങളിലെല്ലാം തന്നെ കണ്ട് മടുത്ത സ്ഥിരം ശില്പങ്ങളാലും ചിത്രങ്ങളാലും നഗ്ന ചിത്രങ്ങളാലും നിറക്കുന്നതും. നമ്മുടെ കലാകാരന്മാരെ അവശകലാകാരന്മാരായി മുദ്രകുത്താതെ സാമ്പത്തിക ശേഷിയുള്ളവർ അവരുടെ ചിത്രങ്ങൾ വാങ്ങി അവർ പട്ടിണിയിലകപ്പെടാതിരിക്കാൻ നാം ശ്രമിക്കേണ്ടതല്ലേ.

നമ്മിൽ പലരും വെറുതെ മറു നാടുകളിലെ കുറെ കുറ്റം കണ്ടെത്തുക പതിവാണ്. എന്നാൽ അവിടത്തെ പോലെ ഇവിടെ ഒരു നിർമ്മാണ കമ്പനി പോലുമില്ലെന്നുള്ളതും ഇതിനെല്ലാം ഒരു പ്രധാന കാരണമല്ലെ ? ഒരു കലാകാരന്റെ കരസ്പർശമേൽക്കാത്ത ഒരു മേഖലയും ഈ പ്രപഞ്ചത്തിലില്ലെന്നിരിക്കെ നാം ഇവിടെ അവരെ ഉപയോഗപ്പെടുത്താതെ അലയാൻ വിടുന്നത് എന്തുകൊണ്ട് ?

ലോകം മുഴുവൻ നമ്മുടെ കലാകാരൻമാർ അംഗീകരിക്കപ്പെടുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ അനുകരണങ്ങളിലൂടെ മാത്രം തിളങ്ങാൻ, വിലസാൻ ഒരുങ്ങി നടക്കുന്ന ഒരു പറ്റം ആളുകൾ ചാനലുകളിൽ നിറഞ്ഞ് കവിയുന്നത് പണത്തിന്റെ അതിപ്രസരം കൊണ്ടും പണകൊതിയന്മാർക്ക് വേണ്ടിയുമാണെന്നത് ഇത്തരം ചർച്ചകളിൽ പങ്കെടുക്കുന്ന ചിത്രകാരന്മാർ തിരിച്ചറിയേണ്ട കാലം അതിക്രമിച്ചിരിക്കുന്നു. അതൊരു കച്ചവടം കണക്കെ കൊണ്ടു പോകുന്നതാണ് അവരുടെ സ്ഥിരം ശൈലി.

ഒരു പുതു ആശയവുമായ് ഒരു പ്രതിഭ വന്നെത്തിയാൽ അതൊന്നും കേരളത്തിൽ പറ്റില്ല. നമുക്ക് ദേശി വേണ്ട വിദേശി മതിയെന്നാണ് പലരും താല്പര്യപ്പെടുന്നതും അനുകരണങ്ങളിൽ അടിമപ്പെടുന്നതും. ഒരു പരസ്യചിത്രത്തിന്റെ നിർമ്മിതി വരെ വിദേശ ആശയങ്ങളെ ആശ്രയിച്ചായി കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. നന്മയുള്ള ഒരു പുതു മാഗസിനെയൊ പരസ്യകമ്പനിയെയൊ ഉൾകൊള്ളാൻ സമൂഹം തയ്യാറാവാത്തത് അതുകൊണ്ടാണ്. നല്ല നല്ല കലാകാരന്മാർ ഇവിടെ വഴിയാധാരമാകുന്നതും അതുകൊണ്ട് തന്നെ. അവർ കഷ്ടപ്പെട്ട് വിദേശങ്ങളിൽ എത്തിപ്പറ്റി അവിടെ ചെയ്യുന്ന വർക്കുകളാണ് ഇവിടെ അനുകരിക്കുന്നതെന്ന സത്യവും നാം മറന്ന് പോകുന്നു.

മതങ്ങൾക്കെല്ലാം മദപ്പാട് ഇളകിയ കാലമാണിത്. ചിത്രകലയെ അവരിൽ പലരും വൻ പാപമായും തെറ്റായും കാണുന്നു. എന്നിട്ടും എല്ലാറ്റിനും കലാകാരനെ ഉപയോഗപ്പെടുത്തി ഭക്തിയുടെ മറവിൽ സൗജന്യമായി ചെയ്യിപ്പിച്ചെടുത്ത് അവരെ പട്ടിണിക്കിടുന്ന പണ്ഡിതന്മാരുടെയും കാലമാണിന്ന്. എല്ലാ മതങ്ങളും അവരുടെ ആഘോഷങ്ങൾക്കായി കച്ചവട തന്ത്രങ്ങളാൽ ചിത്രകാരന്മാരെ അകപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. പകലന്തിയോളം പണിയെടുത്ത് അവരെ ഭയന്ന്, ദൈവത്തെ പേടിച്ചും പട്ടിണിയും പരവശവുമായി കഴിയുന്ന ഒരു പിടി കലാകാരന്മാരുണ്ട് ഇന്ന് ഈ കേരളത്തിൽ. ഭക്തിയുടെ ഭാഗമായാണ് ഇവരുടെ ഈ ആഘോഷങ്ങളും വൻ കച്ചവടങ്ങളും. നമ്മുടെ സഹോദരങ്ങളായ പാവം കലാകാരന്മാരെ മൊത്ത കച്ചവടത്താൽ കറക്കി വിടുന്ന സംഘാടകരും ഉണ്ട്.

മതങ്ങളും രാഷ്ട്രീയക്കാരും ഒപ്പം നിന്ന് അവർ മുതലെടുക്കുന്ന എത്രയോ നല്ല കലാകാരന്മാരാണ് ഈ അവശ കലാകാരന്മാരുടെ പട്ടികയിൽ എത്തിപ്പെടുന്നതും. ആരാധന മൂത്ത് സിനിമാക്കാർക്കായി എല്ലാം അടിയറ വെക്കുന്നവരും ഈ പാവപ്പെട്ട കലാകാരമാർക്കിടയിൽ ഏറെയാണ്. എന്നിട്ടും ചിത്രകലയെ പരക്കെ പഴി പറയുന്നവരോട് മലപ്പുറം ഭാഷയിൽ 'ബെടക്കാക്കി തനിക്കാകരുതെ' ഇവയെല്ലാം, എന്നാണ് കലാകാരന്മാർക്ക് പറയാനുണ്ടാകുക. പലരുടെയും സഹായത്താൽ നീന്തികയറി ഒന്ന് കരപ്പറ്റി പ്രശസ്തരായവർപോലുംഇവരെമുതലെടുക്കുന്നതിൽ വലിയ പങ്ക് വഹിക്കുന്നതിൽ മുൻപന്തി യിലാണിന്ന്. സിനിമാ പ്രഗൽഭർക്കും പ്രശസ്തർക്കും മുന്നിൽ കൈ കൂപ്പി നിന്ന് നിരാശരായി മടങ്ങുന്ന ധാരാളം കലാകാരന്മാരുമുണ്ടീ കേരളത്തിൽ. ചിത്രീകരണങ്ങൾ കഴിഞ്ഞാൽ കലാകാരന്മാരെ പറഞ്ഞ് പറ്റിക്കുന്ന ഒരു പാട് പേരുണ്ട് സിനിമാക്കാർക്കിടയിൽ.

ഭൂമി കച്ചവടങ്ങൾ എല്ലാം നിലച്ചു കൊണ്ടേയിരിക്കുന്നു. അവ അന്യം നിന്ന് പോകുന്നു. കൃഷി ചെയ്യാത്ത ആ വൻ മൈതാനങ്ങൾ ചൂണ്ടി കാട്ടിയും പൊങ്ങച്ചം പറഞ്ഞും സന്തോഷിക്കുന്ന കാലം കടന്നു പോയി. ഇനി നമുക്ക് നല്ല ചിത്രങ്ങൾ കണ്ടാസ്വദിച്ച് സന്തോഷിക്കാനാകും. അത് വീണ്ടും വിൽക്കാനാകും. അവസരങ്ങൾ ലഭിക്കും. അധികം ഭൂസ്വത്തും സ്ഥലങ്ങളും, അവ വാങ്ങിക്കാൻ പണവും വേണ്ടി വരാത്ത ഒരു കാലം വരും. ചെറിയ ചുമരിലേക്ക് കലാസ്വാദകരും അതിലൂടെ വൻ കച്ചവടങ്ങളും നടക്കും. ചിത്രങ്ങൾക്കായി വിദേശങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുന്ന, അനുകരിച്ച് കൊണ്ടിരിക്കുന്ന, നമുക്കെല്ലാം അവ ഒരു മുതൽക്കൂട്ടാകും. അവയെല്ലാം കേരളീയരായ നമ്മുടേതാകും. അനുകരണങ്ങളിൽ നിന്നും രക്ഷനേടാനാകും. പുതുതലങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ അത് ഉപകരിക്കും. പുതു പാതയിലൂടെ നടന്ന് നീങ്ങാനാകും. അധികാരികൾ, വൻ കച്ചവടക്കാർ ശ്രദ്ധ വെച്ചാൽ ഫാക്ടറികൾ, പൊതു മേഖലകൾ നമുക്കിവിടെ പണിതുയർത്താനാകും. ഇതിലെല്ലാം തന്നെ ഒരു കലാകാരന്റെ കയ്യൊപ്പുണ്ടെന്നും, വേണമെന്നും അവർക്ക് ബോധ്യമാകും. തിരിച്ചറിയാനാകും.

സ്കൂൾ തലത്തിൽ കുട്ടികൾക്കായി ചിത്രകലാ അദ്ധ്യാപകർ ഇന്ന് വിരളമാണ്. എന്നാൽ ജന്മനാൽ ചിത്ര രചനകളിൽ താല്പര്യം കാണിക്കുന്ന, അവ രൂപപ്പെടുന്ന കുട്ടികളെ പിടിച്ചിരുത്താൻ തെറ്റായ പ്രവണതകളിൽ നിന്നും അവരെ മാറ്റി നിർത്താൻ കലയ്ക്കും ചിത്ര രചനാ പ്രവർത്തനങ്ങൾക്കും ഏറെ സ്വാധീനമുണ്ടെന്ന സത്യം നാം മനസ്സിലാക്കണം. കേരള മെമ്പാടും കുരുന്നുകളെ എഴുത്തിന് ഇരുത്തുമ്പോൾ ചിത്രകലയുടെ ഗുണമേന്മയെക്കുറിച്ച് മാതാപിതാക്കൾക്ക് ഒരു അവ ബോധമുണർത്താൻ കേരളത്തിലങ്ങോളമിങ്ങോളം കുരുന്നുകളെ പ്രശസ്തരും പ്രഗത്ഭരുമായ ചിത്രകാരന്മാർക്കൊപ്പം വരക്ക് ഇരുത്തേണ്ടതും അനിവാര്യമാണെന്ന് ഒരു സംഘാടകൻ എന്ന നിലയിൽ എനിക്ക് തോന്നുന്നു.

കലകാരന്മാർക്കിടയിൽ പല അഭിപ്രായ വ്യത്യാസങ്ങളുമുണ്ടായിരിക്കാം. പ്രവർത്തനങ്ങളിലും ചില രചനകളിലും അവ പ്രതിഫലിക്കുന്നുണ്ടായിരിക്കാം. അത് വ്യക്തിപരമാണ്. ഒപ്പം ചിത്രകാരന്മാർക്ക് ഒരു കൂട്ടായ്മയും സംഘടനാ പ്രവർത്തനങ്ങളില്ലെന്നുള്ളതും സത്യമാണ്. ഒരർത്ഥത്തിൽ അത് ഇല്ലാതിരിക്കുന്നതാണ് നല്ലതെന്ന് തോന്നുന്നവരുമുണ്ട്. എങ്ങുമെത്താത്ത, തീർപ്പ് കൽപ്പിക്കാനാവാത്ത സംഘടനാ പ്രർത്തനങ്ങൾ കൊണ്ട് എന്ത് ഗുണം? കലാകാരന്മാർക്കിടയിൽ കലാപമില്ല. അത് ഇല്ലാതിരിക്കുന്നതാണ് നല്ലതും. അതിന് എന്തായാലും അവർക്ക് സമയമില്ല. അങ്ങോട്ട് ചിന്തിച്ചാൽ ഇങ്ങോട്ട് ചിന്തിച്ച് ക്രിയാത്മകമായ ഈ തൊഴിലിൽ ശ്രദ്ധ പതിപ്പിക്കാനാവില്ലെന്നുള്ളതും സത്യമാണ്. ഒരു നാലടി ചിത്രം നമ്മോട് ഒരു മുഴനീള കഥ പറയുമ്പോൾ, അതിന് ഏറെ കഴിവുള്ള കലാകാരന്മാർ കലയുടെ കലവറയായ കേരളത്തിലുള്ളപ്പോൾ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കേണ്ടത് അധികാരികളുടെ കടമയല്ലെ.

കലയ്ക്ക് വില പറയാനാവില്ലെങ്കിലും ആദരവോടെ പ്രശസ്തി പത്രം നൽകുന്നതോടൊപ്പം അവർക്ക് ജീവിക്കാൻ ഒരു വഴി തുറന്ന് കൊടുക്കാൻ സഹോദരങ്ങളായ നമുക്കാവണം. കലയുടെ വില നാം മനസ്സിലാക്കുകയും വേണം. അതിൽ നിന്നുണ്ടാകുന്ന ആത്മ സംതൃപ്തിയും നാം തിരിച്ചറിയേണ്ടതുണ്ട്. കുഞ്ഞുനാളിലെ കുട്ടികളുടെ ജന്മ വാസന ചിത്ര രചനയാൽ പരിപോക്ഷിപ്പിക്കേണ്ടത് വളരെ അത്യന്താപേക്ഷിതമാണ്. അതിന് സ്കൂൾ - കോളേജ് തലങ്ങൾ വഴി അദ്ധ്യാപകർക്കും നേതൃത്വത്തിനും അധികാരികൾക്കും സാധിക്കുമാറാകണം. പ്രശസ്തരുടെ പിൻബലത്തിൽ പാടി തെളിയാനെറെ അവസരങ്ങൾ ലിഭിക്കുന്നവരുടെ പിന്നണിയിൽ കഴിയുന്ന എത്രയോ ചിത്രകാരന്മാരും കലാകാരന്മാരുമാണ് അന്നത്തിന് പോലും വകയില്ലാതെ കഴിയേണ്ടി വരുന്നത്. ആഗ്രഹത്തിന്റെ പുറത്ത് കല ജീവ വായുവായി കണ്ട് കാലം കഴിച്ച് ആരാലും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടാതെ അവശകലാകാരന്മാരായി മാറുന്നതും നമ്മുടെ ശ്രദ്ധയിൽപ്പെടേണ്ടതാണ്. അവരെ കണ്ടെത്തി സഹായിക്കേണ്ടത് അനിവാര്യമാണ്.

ഒരു പഴഞ്ചൻ തുണിയും വാങ്ങി ചിലർ വന്ന്, ആദരിക്കുമ്പോൾ അങ്ങനെ ആദരിക്കപ്പെടുന്നതിൽ അവർ സന്തോഷം കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്, ശരിയാണ്. എന്നാൽ അതിലെന്ത് കാര്യം? പട്ടിണിയിൽ അകപ്പെടാതിരിക്കണമല്ലൊ! കഴിയുവുണ്ടെങ്കിലെ പ്രഗൽഭനും പ്രശസ്തനുമൊക്കെയാകാനാകൂ. ശരിയാണ്. കക്കാനും നിൽക്കാനും കഴിവ് വേണമെന്ന് തന്നെയാണ് പ്രമാണം. അതിനുമുണ്ട് രണ്ട് പക്ഷം. എന്നാൽ പ്രശസ്തനായാൽ വന്ന വഴി മറന്ന് കലാ പ്രവർത്തനത്തിൽ സജീവമായി ഒപ്പം നിന്നവരെ, നമ്മെ സഹായിച്ചവരെ, തിരിച്ചറിയാതെ പോകുന്നത് അറിവില്ലായ്മയൊ ഓർമ്മക്കുറവൊ ഒന്നുമല്ല. അങ്ങിനെയെങ്കിൽ പ്രഗൽഭനും പ്രശസ്തനും ആകില്ലല്ലോ. തലക്കനവും അഹങ്കാരവും തന്നെയാണ് അതിന്റെ കാരണങ്ങൾ. പ്രശസ്തർക്ക് മാത്രം ഇവിടെ വേദി മതിയെന്ന് അധികാരികൾ തീരുമാനിക്കുന്നതും പലരേയും അവശകലാകാരന്മാരാക്കി മാറ്റുന്നു. ഇതിൽ നിന്നെല്ലാം മാറ്റമുണ്ടാവാണമെങ്കിൽ അനുകരണങ്ങളെ അവഗണിച്ച് പുതിയ ആശയങ്ങളെ ഉൾകൊള്ളാൻ നമുക്ക് സന്മനസ്സുണ്ടാവണം. അതിനായി കൂട്ടായി പ്രവർത്തിക്കാൻ ഒത്തൊരുമിക്കണം.

പുതുതലമുറ കുറെയൊക്കെ അവിടേക്ക് എത്തിപ്പെടാൻ ശ്രമിക്കുന്നുണ്ടെന്ന് തോന്നുന്നുണ്ടിപ്പോൾ. പ്രശസ്തർ ചെയ്യുന്ന മണ്ടത്തരങ്ങൾ അനുകരിക്കാൻ അവസ്വീകരിക്കാൻ, പ്രചരണത്തിനായി അവ ഉപയോഗപ്പെടുത്താൻ കോടിശ്വരന്മാർ ശ്രമിക്കുന്നിടത്ത് നിന്നാണ് കഴിവുള്ള ചിത്രകാരന്മാർ, പുതു തലമുറയുടെ ചിത്രങ്ങൾ, എന്നിവ വെളിച്ചം കാണാതെ തഴയപ്പെടുന്നതും അവശതയിലേക്ക് അവരെ തള്ളി വിടുന്നതും. വിലപിടിപ്പുള്ള ചിത്രങ്ങൾ മെനെഞ്ഞെടുത്ത് കോടികൾക്ക് വിൽക്കുന്ന വിദേശത്ത് നിന്നുള്ള കലാകാരി കലാകാരന്മാർ, ഒരു നല്ല റോഡോ, മറ്റു സൗകര്യങ്ങളൊ ഒന്നും തന്നെ ഇല്ലാത്ത, കൊച്ചിയിൽ വന്നെത്തി നമുക്കായി ലോക കലാമാമാങ്കമൊരുക്കി

നമ്മെ അതിന്റെ ഭാഗമാക്കുമ്പോൾ, അവരോടൊപ്പം നമ്മുടെ കലാസൃഷ്ടികൾ പ്രദർശിപ്പിക്കാൻ, വിൽക്കാൻ സ്വദേശത്തും, വിദേശത്തും ധാരാളം പുതു വാതായനങ്ങൾ നമുക്കായി തുറന്നേകുമ്പോൾ, അവരുടെ സൃഷ്ടികൾ തച്ചുടച്ച് അവരെ കൂടി അവശരാക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്ന കാഴ്ചയാണ് നേതൃത്വത്തിൻ കാൽ കീഴിൽ നടന്നതും. നാം കണ്ടതും. തിരിച്ചറിവില്ലാത്ത സമൂഹത്തിന്റെ പഴിയും കേട്ട്, വിട ചൊല്ലി, നാറുന്ന കൊച്ചിയും വിട്ടു പലരും ഇവിടെ നിന്നും പോയി കഴിഞ്ഞു. വീണ്ടും പങ്കെടുക്കാനാവത്തവിധം മനസ്സ് മടുത്ത് മടങ്ങിയവരാണവർ കോടീശ്വരന്മാരായ വിദേശികളെ, ചിത്രകാരന്മാരെ, നിരാശരാക്കി, അവശരാക്കി, വിലസുന്നതാണ് അഭിമാനമെന്ന് രാഷ്ട്രീയം കളിക്കുന്ന അധികാരികൾ കരുതിയാൽ നമുക്ക് ലഭ്യമായ കലാ അനുഭവങ്ങൾ, അവസരങ്ങൾ, പാടെ ഇല്ലാതാകുന്ന കാലം വിദൂരമല്ല. അതോടെ കൂടുതൽ ചിത്രകാരന്മാർ വഴിയാധാരമാകാനും അവശകലാകാരർ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടാനുമാണ് സാദ്ധ്യത.

സ്വാധീനത്തിന്റെ പുറത്ത് പണത്തിന്റെ മറവിൽ പുതിയതിലോട്ട് പുതു തലമുറയെ എത്തിക്കാതെ പഴയ നഗ്ന ചിത്രങ്ങൾ, ശില്പങ്ങൾ എന്നിവ പ്രദർശനങ്ങളിൽ കൊണ്ടെത്തിച്ച്, അവ പ്രചരിപ്പിച്ച് അതാണ് കലയെന്ന് ഊതി കാച്ചി പെരുപ്പിച്ച് ഒരു പറ്റം നേതൃത്വം അവരെ പ്രശസ്തരാക്കാൻ പൊന്നാടയണിഞ്ഞ് ആഘോഷിക്കുന്നതും കൂട്ട് കൂടുന്നതും, പ്രഗൽഭരാക്കാൻ ശ്രമിക്കുന്നതും തെറ്റു തന്നെയാണ്. അതോടെ അവ അനുകരിക്കാൻ പുതുതലമുറ നിർബന്ധിതരാകുന്നുമുണ്ട്. അവശകലാകാരൻമാർ സൃഷ്ടിക്കപ്പെടുന്നതിൽ ഇവരിൽ പലർക്കും പങ്കുണ്ടെന്നുള്ളതും ഒരു നഗ്ന യാഥാർത്ഥ്യമാണ്. ഇവിടെ ഒരുപിടി നിർമ്മാണ മേഖലകൾ, സ്ഥാപനങ്ങൾ, ഉണ്ടാകേണ്ടതുണ്ട്. ടെക്സ്റ്റയിൽ ഡിസൈയിൻസ് അടക്കം അനേകം സാധ്യതകൾ തുറന്ന് കിടക്കുമ്പോൾ ചിത്രകാരികൾക്ക് വരെ ഒരു പാട് അവസരങ്ങൾ ലഭ്യമാകും.

നാം ഉപയോഗിക്കുന്ന ആഡംബര കാറുകൾ തുടങ്ങി, നാം ഏവരും അത്ഭുതത്തോടെ കാണുന്നവയിലെല്ലാം തന്നെ ചിത്രകലാകാരന്മാർക്ക് ഉള്ള പ്രധാന പങ്കിനെക്കുറിച്ച് ചിന്തിക്കുന്നവർ എത്രപേർ കാണും. അവ കാണാതെ പോകുന്നത് തിരിച്ചറിവില്ലായ്മ തന്നെയാണ്. അത്രയൊന്നും നമുക്കാവില്ലെങ്കിലും ഇവിടെ കലാപ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് വാതായനങ്ങൾ തുറന്ന് കൊടുക്കാൻ ഇവിടത്തെസർക്കാറിനും ബിസിനസ്സ്കാർക്കും കഴിയുമെന്നുള്ളതിൽ സംശയിക്കേണ്ടതില്ല. കലയും കലാകാരനുമില്ലാത്ത ഒരു ഇടവുമില്ലെന്ന് സത്യം തിരിച്ചറിയാത്തവർ ഒരു പാട് പേരുണ്ടിവിടെ. അതിന്റെ ആവശ്യകത അറിയാത്തവരും ധാരാളമാണ്. അതു കൊണ്ട് തന്നെ കല ജനകീയമാക്കാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ പലപ്പോഴും പരാജയപ്പെട്ട് പോകുന്നുമുണ്ട്. സഹായങ്ങൾ ലഭ്യമാകാത്തതു കൊണ്ടും, ചിത്രങ്ങൾ വിൽക്കനാവാത്തത്തു കൊണ്ടും നിരാശരായി കഴിയുന്നവരും ധാരാളമുണ്ടിവിടെ അവരാണ് മറ്റു ജോലികൾ ചെയ്യാൻ അറിയാതെ അവശരായി മാറുന്നതും. എന്നാൽ ചിത്ര രചനയെ നെഞ്ചോട് ചേർക്കുന്നവർ അത് നിലനിർത്തി കൊണ്ട് തന്നെ കുടുംബം പോറ്റാനായി കൂലി വേല ചെയ്ത് ജീവിച്ച്, ദൈവം കനിഞ്ഞേകിയ ഈ അനുഗ്രഹം തിരിച്ചറിഞ്ഞ് നിലനിർത്തി പേരുന്നവർ ഒരു പാട് പേരുണ്ടിവിടെ. അധികാരികൾ ഇവയൊന്നും കാണാതെ പോകുന്നത്, ഒരു മാർഗ്ഗം കാണിച്ച് കൊടുക്കാൻ ശ്രമിക്കാത്തത് ഏറെ പരിതാപകരമാണ്.

ദൈവീകമായ കലാപ്രവർത്തനങ്ങൾക്ക് ഒരു വേദി ലഭിക്കാത്തത്, അവ മറ്റുള്ളവർക്ക് പകർന്ന് നൽകാൻ സാധിക്കാതെ വരുന്നത്, വേണ്ടപ്പെട്ടവരെ അറിയിക്കാൻ അവസരമേകിയ, ഓർമ്മപ്പെടുത്താൻ സൗകര്യമൊരുക്കിയ ആഡ്കോം മാഗസിന് ഇത്തരുണത്തിൽ നന്ദി അറിയിക്കാതെ വയ്യ. പണ്ടെ കലാകാരന്മാരോട് അവഗണനയാണ് പലർക്കും. അന്ന് അയിത്തവും തൊട്ടുകൂടായ്മയുമായിരുന്നെങ്കിൽ ഇന്ന് ഇവരെ പലരും മാറ്റി നിർത്തുന്നതിനെ അഹങ്കാരമെന്നും തലക്കനമെന്നും ഈഗോയെന്നും പറയുന്നതായിരിക്കും ശരി. അങ്ങിനെയാണ് അവർ ഇവരിൽ നിന്നെല്ലാം അകന്ന് നിൽക്കുന്നതും. പാവപ്പെട്ടവനെ വട്ടനായി കണ്ട് മാറ്റി നിർത്തുന്നവർ വലിയവർ ഇവർക്ക് മാനസിക രോഗമാണെന്നതും രണ്ടും ഒന്നാണെന്ന് ഇവരെ മന:പൂർവ്വം തഴയുന്നവർ മനസ്സിലാക്കുന്നത് ഉചിതമായിരിക്കും.

സന്ദർശകർ ഏറെ വന്നെത്തുന്ന വൻ ഷോപ്പിംഗ് മാളുകളിലും ഒഴിഞ്ഞ് കിടക്കുന്ന സർക്കാർ മന്ദിരങ്ങളിലും കുറച്ച് കലാകാരന്മാർക്കെങ്കിലും ഇടം നൽകാത്തതും ഒരു പ്രദർശനാനുമതി നൽകാത്തതും കഷ്ടം തന്നെയാണ്. ആരും വന്നെത്താത്ത സ്ഥിരം വേദികളിലെ പ്രദർശനങ്ങൾ ചിലർ മാത്രം കാണുമ്പോൾ, അവരിൽ മാത്രം ഒതുങ്ങുമ്പോൾ, തിരക്കിട്ട ജീവിതത്തിനിടയിൽ എത്തുന്നവരിൽ നിന്നും ആസ്വാദകരെ കണ്ടത്തൊൻ വൻ മാളുകൾ വഴി കഴിയുമെന്നത് നാം കാണാതെ പോകരുത്. അവർക്ക് അതിന് അവസരമൊരുക്കാൻ സാധിക്കേണ്ടതുണ്ട് കലാകാരന്മാർക്ക് വേദിയൊരുക്കേണ്ടതുണ്ട്. അവശ കലാജീവിതത്തിന് ഒരു അറുതി വരുത്തേണ്ടതുണ്ട്. ●



ആസിഫ് അലി കോമു
മാനേജിംഗ് ഡയറക്ടർ
കോമു സൺസ് പ്രൊഡക്ഷൻസ്

How my life has been brought to undiscovered lands and how much richer it gets all from words printed on a page. How a book can have 560 pages, but in only three pages change the reader's life.

- Emoke B'Racz

This will never be a civilized country until we expend more money for books than we do for chewing gum.

- Elbert Hubbard



സ്ത്രീ 'പരസ്യ' വായന

പരസ്യകഥാപാത്രങ്ങളിൽ സ്ത്രീകൾക്കുള്ള പങ്ക് ചർച്ചചെയ്യേണ്ടതാണ്. പരസ്യത്തിൽ ദൃശ്യമാകുന്ന കഥാപാത്രങ്ങളിൽ അധികവും സ്ത്രീകളാകുന്നത് എന്തുകൊണ്ടെന്നാൽ സമൂഹം സ്ത്രീത്വത്തിൽ നിന്ന് എന്താണ് കാണാനാഗ്രഹിക്കുന്നത്. അത് കാണിച്ചുകൊണ്ട് വിദഗ്ദ്ധമായി തന്റെ വിൽക്കേണ്ട വസ്തുവിനെ കൂടുതൽ ജനഹൃദയങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കുകയാണ് പരസ്യ കമ്പനി ചെയ്യുന്നത്.

സമൂഹത്തിന്റെ കമ്പോളവ്യവസ്ഥയെ നിയന്ത്രിക്കുന്ന ശക്തമായ മാധ്യമമാണ് പരസ്യങ്ങൾ. ഒരു വ്യക്തിയുടെ ആവശ്യങ്ങളെ നിയന്ത്രിക്കുന്നതോടൊപ്പം ജനങ്ങളുടെ അഭിരുചി, വ്യക്തിത്വസങ്കല്പം എന്നിവയെ സ്വാധീനിക്കാൻ പരസ്യങ്ങൾക്കുള്ള പങ്ക് വലുതാണ്. സമൂഹത്തിന്റെ വർത്തമാനസംസ്കാരത്തിനും തുടർന്നുള്ള ഭാവിക്കും വികസനോന്മുഖമായും അല്ലാതെയും സ്വാധീനിക്കാൻ പരസ്യങ്ങൾക്ക് പലപ്പോഴും കഴിയുന്നുണ്ട്. അത് അന്നു വരെ നിലനിന്നിരുന്ന സാമൂഹികസാംസ്കാരിക അവസ്ഥയെ വെല്ലുവിളിക്കുന്നതോ അല്ലാത്തതോ ആവാം. ഏത് തന്നെയായാലും സാമൂഹികവും സാമ്പത്തികവും സാംസ്കാരികവുമായ മേഖലകളെ സ്വാധീനിച്ചുകൊണ്ട് പുതിയ ഒരുമനോഭാവത്തെ നിർമ്മിച്ചെടുക്കാൻ പരസ്യങ്ങൾ ബോധപൂർവ്വം ശ്രമിക്കുന്നുവെന്ന് നിസ്സംശയം പറയാം.

പരസ്യകഥാപാത്രങ്ങളിൽ സ്ത്രീകൾക്കുള്ള പങ്ക് ചർച്ചചെയ്യേണ്ടതാണ്. പരസ്യത്തിൽ ദൃശ്യമാകുന്ന കഥാപാത്രങ്ങളിൽ അധികവും സ്ത്രീകളാണെന്നുള്ളത് ശ്രദ്ധാവഹമാണ്. ഓരോ രാജ്യത്തും പതിനായിരക്കണക്കിന് പരസ്യങ്ങൾ ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. അതിലെ കഥാപാത്രങ്ങളധികവും സ്ത്രീകളാകുന്നത് എന്തുകൊണ്ടാണ്. സ്ത്രീബിംബവും കാണികളും തമ്മിലുള്ള ബന്ധം പഠനവിഷമാക്കേണ്ടതാണ്. സ്ത്രീയേയും പുരുഷനേയും സമൂഹം കണ്ടിരുന്ന കാഴ്ചയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടാണ് പരസ്യങ്ങളിലെ സ്ത്രീ നിർമ്മിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത്. അമ്മ സങ്കല്പം ഇന്ത്യയുടെ മാത്രമല്ല ഏതൊരു സംസ്കാരത്തിന്റെയും ഭാഗമാണ്. മാതൃകാ കുടുംബിനികളായ അമ്മമാരുടെ നിര മിക്ക പ





രസ്യങ്ങളുടെയും പതിവ് കാഴ്ചയാണ്. അമ്മ/കുട്ടി ഇവരെ സംബന്ധിക്കുന്ന നിരവധി ഉപഭോഗവസ്തുക്കളുടെ വിതരണവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് മാതൃബിംബം പരസ്യങ്ങളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു. പ്രാചീന സാഹിത്യ കൃതികളിലൂടെ ജനഹൃദയങ്ങളിലേക്ക് വിനിമയം ചെയ്ത മാതൃബിംബം തന്നെയാണ് പുതിയ വേഷപകർച്ചയോടെ പരസ്യങ്ങളിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. കെട്ടിലും മട്ടിലും മാത്രമാണ് വിത്യാസം. സങ്കല്പത്തിന് ഒരു മാറ്റവും സംഭവിച്ചിട്ടില്ല. അതുപോലെ തന്നെ ഗാർഹിക ഉല്പന്നങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾ നോക്കുക. ഭർത്താവ് വാങ്ങി നൽകുന്ന ഗുണമേന്മയുള്ള ഉല്പന്നത്തെ വളരെ സംതൃപ്തതയോടെ ഉപയോഗിച്ച് അതിന്റെ ഗുണഗണങ്ങളെകുറിച്ച് വാചാലയാകുന്ന ഭാര്യ, ആഹാരം തയ്യാറാക്കുന്ന, വീട് പരിപാലിക്കുന്ന ഭാര്യ; ഇതൊരു സമൂഹസങ്കല്പമാണ്. പുരുഷൻ വീട്ടുജോലിയെടുക്കുന്നത് സമൂഹം ഒരിക്കലും കാണാനാഗ്രഹിക്കുന്നില്ല. സമൂഹം സ്ത്രീത്വത്തിൽ നിന്ന് എന്താണ് കാണാനാഗ്രഹിക്കുന്നത് അത് കാണിച്ചുകൊണ്ട് വിദഗ്ദ്ധമായി തന്റെ വിൽക്കേണ്ട വസ്തുവിനെ കൂടുതൽ ജനഹൃദയങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കുകയാണ് പരസ്യകമ്പനി ചെയ്യുന്നത്. മൂല്യവ്യവസ്ഥിതിയുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മാതൃത്വം, ഭാര്യ എന്നിവയെ വിൽക്കേണ്ട വസ്തുവുമായി ചേർത്ത്നിർത്തി ജനങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കുക എന്നത് മനശാസ്ത്രപരമായ സമീപനമാണ്. സ്ത്രീയുടെ മാതൃത്വം, ഭാര്യ എന്നീ സദാചാരഗുണങ്ങളെ പരസ്യങ്ങളുമായി ബന്ധിപ്പിക്കുന്നതിനോടൊപ്പം തന്നെ ഒട്ടും സദാചാരമല്ലയെന്ന് സമൂഹം കല്പിക്കുന്ന സ്ത്രീശരീരം, ലൈംഗികത എന്നിവയെ ബിംബവൽക്കരിച്ച് പരസ്യത്തിന് മാധ്യമമാക്കുന്നതിന്റെ വിരോധാഭാസം ശ്രദ്ധേയമാണ്. സ്ത്രീയെ ലൈംഗികവസ്തുയെന്ന രീതിയിൽ കാഴ്ചക്കാരന് ആനന്ദം ലഭിക്കുന്നവിധം അവതരിപ്പിക്കാൻ പരസ്യ നിർമ്മാതാക്കൾ ശ്രദ്ധിക്കുന്നു. ലൈംഗിക ചുവയുള്ള ചേഷ്ഠകൾ, അതിന് അനുസരണമായ വസ്ത്രധാരണം പ്രചോദനാത്മകമായ പ്രാതിനിധ്യം ഇതെല്ലാം വിൽക്കേണ്ട വസ്തുവുമായി യാതൊരു ബന്ധവുമില്ലെങ്കിലും സ്ത്രീയുടെ ഇപ്രകാരമുള്ള സാധ്യതകളെ പലപ്പോഴും പരസ്യവത്ക്കരിക്കുന്നുണ്ട്.

സ്ത്രീയുടെ ലൈംഗിക സാധ്യതകളോടൊപ്പം തന്നെ ബാഹ്യസൗന്ദര്യത്തിൽ പരസ്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധവെയ്ക്കുന്നു. സ്ത്രീസൗന്ദര്യം, സൗന്ദര്യവർദ്ധക വസ്തുക്കൾ, ആകർഷകമായ രൂപം ഇവയെല്ലാം നിർണ്ണയിക്കുന്നത് സ്ത്രീയോ അവളടങ്ങിയ സമൂഹമോ അല്ല. കമ്പോള വ്യവസഥയുടെ ഭാഗമായി ഉല്പ്പന്ന നിർമ്മാതാക്കളുടെ ലാഭതാൽപര്യമാണ് ഇത്തരം സൗന്ദര്യസങ്കല്പങ്ങളെ രൂപപ്പെടുത്തുന്നത്. ബാഹ്യമായി സൗന്ദര്യവത്ക്കരിക്കപ്പെടേണ്ട വസ്തുവാണ് സ്ത്രീയെന്ന കാഴ്ചപ്പാട് സൃഷ്ടിക്കാൻ ബോധപൂർവ്വം ശ്രമിക്കുന്നുണ്ട്. സ്ത്രീയെ ഒരു പ്രദർശനവസ്തുവെന്നതിൽ കവിഞ്ഞ് വിവരണവിനിമയം സാധ്യമാക്കാൻ പരസ്യങ്ങൾ ശ്രമിക്കാറില്ല.



ഗാർഹിക പ്രവർത്തനവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് സ്ത്രീയെ ചിത്രീകരിക്കുന്ന പരസ്യങ്ങൾ ധാരാളമായി അവതരിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. സ്ത്രീയുടെ ഔദ്യോഗിക ജീവിതവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് വളരെ കുറച്ചിടങ്ങളെ പരസ്യങ്ങളിലൂടെ കാണിക്കുന്നുള്ളൂ. ഉദാഹരണമായി അധ്യാപനം, ഓഫീസ് ക്ലർക്ക്, സെക്രട്ടറി, നേഴ്സിംഗ് എന്നിങ്ങനെ സ്ത്രീ സ്ഥിരമായി ചെയ്തിരുന്ന തൊഴിലുകളെ മാത്രമേ പരസ്യങ്ങൾ ചിത്രീകരിക്കാറുള്ളൂ. ഇത്തരം ജോലികളിൽ കവിഞ്ഞ് സ്ത്രീയെ പുരുഷനോടൊപ്പമോ അതിന് മുകളിലോ നിലനിർത്തുവാൻ പരസ്യങ്ങൾക്ക് കഴിയുന്നില്ല. ഇത്തരം ഔദ്യോഗിക ജീവിതവുമായി ബന്ധപ്പെടുത്തി ജോലിഭാരം കുറയ്ക്കാനുള്ള ഗാർഹിക ഉൽപ്പന്നങ്ങളാണ് പരസ്യങ്ങളിലൂടെ ചിത്രീകരിക്കുന്നത്. തിരക്കുള്ള ഔദ്യോഗിക ജീവിതത്തോടൊപ്പം ഗാർഹിക ജീവിതവും സമാന്തരമായി നിലനിർത്തിപോകേണ്ടതും സംരക്ഷക്കപ്പെടേണ്ടതും സ്ത്രീയാണെന്നുള്ള ബോധം പരസ്യങ്ങൾ കൗശലപൂർവ്വം കാണികളിലേക്ക് വിനിമയം ചെയ്യുന്നു.

സമൂഹത്തിന്റെ ഏത് മേഖലകളിലും കാണപ്പെടുന്ന സ്ത്രീസംസ്കാരം പിതൃ കേന്ദ്രീകൃത വ്യവസ്ഥയുടെ ഭാഗമായി രൂപപ്പെട്ട ഒന്നാണ്. ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിലെ പരസ്യങ്ങളിൽ നിർമ്മിച്ച് വെച്ചിട്ടുള്ള സ്ത്രീചിത്രീകരണവും സമൂഹകേന്ദ്രീകൃതമായ അധികാര പരിധിക്കുള്ളിൽ നിന്നുകൊണ്ടാണ് രൂപപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നത്. അമ്മ, സഹോദരി, മകൾ, ഭാര്യ എന്നീ സ്ഥാനങ്ങളിൽ നിന്ന് സ്ത്രീയുടെ സത്ത മോചിക്കപ്പെട്ടിട്ടില്ല. സ്ത്രീയുടെ മുൻകാല മാതൃകകളാണ് പരസ്യങ്ങളിൽ ഇന്നും കാണുന്നത്. ഏറ്റവും അപലപനീയം ലൈംഗിക ഉത്തേജക വസ്തുവെന്ന രീതിയിൽ സ്ത്രീയുടെ സ്ഥാനചിത്രീകരണമാണ്. എന്തുതന്നെയായാലും പ്രാചീന മൂല്യവ്യവസ്ഥക്ക് അനുസൃതമായ സ്ത്രീ നിർമ്മിതിയാണ് ഇന്നത്തെ പരസ്യങ്ങളിൽ കാണുന്നത് ●



സവിദാ സലീം
റിസർച്ച് സ്കോളർ, കേരള യൂണിവേഴ്സിറ്റി



Model Code: 135/2019 Shahabas Shah



Model Code: 136/2019 Anu Anna Tomy









Model Code: 137/2019 Udayakrishnan





Model Code: 138/2019 Zeba Khan

Share your photograph on instagram with tag #letssmileadcom & #effectiveadcommagazine

Photographs of selected models will be published in modeling page of Effective Adcom.

You can also mail your photographs and contact details to:

effectiveadcom@gmail.com

Ph: 08593 998705

effectiveadcom effective-adcom



Model Code: 139/2019 Aswin A.



Model Code: 140/2019 Yogeesh S.-J.





Happy or what ?

the other truth



So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 29 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.

So Mie

Aggressive. Fearful. Sad.

If we're not happy, we're one of these. Or, worse still, combinations of these.

The saddest thing about happiness is that it is transient. We spend our time, money and all our imaginative as well as reasoning powers to achieve happiness. Each time we achieve it, we tend to want more of it, and that longing itself throws us back into gloom again. It's very hard for us to hold happiness without letting it slip through our fingers right from the moment we grab it. That's why even our happiest moments are riddled with dips and holes of anger, fear or despair.

It could be because happiness is so elusive and uncertain that we tie it up with almost all the wishes we send to our family and friends. This premise prompts me to think that our prolific and flamboyant wishes such as Happy Birthday, Happy Married Life and Happy Holidays are sort of smiley-masks for wishing the impossible.

We know our mothers are alone and weak, so we wish them a Happy Mother's Day. Our fathers can no longer support themselves or others, so we wish them a Happy Father's Day. Our teachers (I agree the majority of them are egocentric morons, but there are a handful of kind ones too) are slogging round the clock on a thankless job, so we wish them a Happy Teacher's Day. Our earthen environment is misused and vandalized, so we wish it a Happy Environment Day. We are both unlovable and unloving, so we shout out a Happy Valentine's Day to each other. This ridiculous Happy Day list is getting longer by the day.

It's going to be that time of year when we all use two happy messages over and over again: Merry Xmas and Happy New Year. They just roll off our tongues without our brains knowing anything about the delivery. They ping in on our smartphones for one straight week from all sorts of hidden sources that include unfriendly friends, unscrupulous shops, and even the most unbankable banks. All of them know that we're not going to be happy, with or without them.

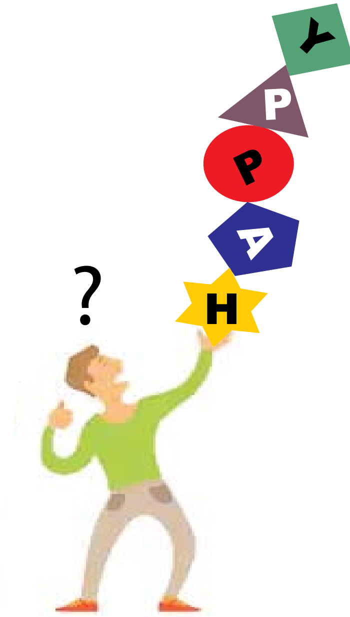
The funniest thing about the 'happy' conundrum is the weird attempts that some governments make to show that they're concerned about the happiness of the people. Instead of finding ways to protect our rights, reduce living costs and ensure more opportunities and more comfort, they set up Happiness Ministries. These ministries house ministers and armies of employees who're paid to be happy at taxpayers' expense.

Humanity's inability to remain happy is the hotbed where advertising finds its infinite sparks. No wonder most of our products and brands are happy baits that promise to get us out of the negative base emotions in which we wallow. The tactic here is to make consumers feel aggressive, fearful or sad and then suggest a solution.

For instance, take our discount offer ads. Most copywriters use the word RUSH to give consumers that extra push, to create urgency. What in fact that magic word does is instill fear, fear of missing out on the opportunity, fear of all others making use of that opportunity, fear of becoming despondent as a result. This fear fires up the aggressive instincts in customers. And they virtually rush out of their homes and storm the stores. Some even bite the bait quicker online.

There's another side to these fear-mongering adverts. Fear on the part of the advertisers themselves. It's their fear of losing out on a shopping season, fear of registering poor sales, or fear of closing down shop that prompts them to resort to fear tactics.

It's understandable that businesses employ such tactics. They have a business to run. They have a payroll to process regularly. They have to make returns on their investment. Fair enough.



But what evades my understanding is the way some governments advertise their achievements. All governments run on people's money. All governments are supposed to accomplish developments in all spheres of civil life. Ministers are paid and given VIP status and security so that they can devote their time to making people's lives better. We'd rather they accomplish their mission but not advertise the achievements wasting public fund.

Again, it's fear at work here. Governments fear that people know they're not doing enough. They fear that if they don't boast of their little achievements, their humungous misdeeds might be exposed.

We should be genuinely fearful of such governments. And instead of being sad about it, we should call them out on their foxy tactics. Aggressively!

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala..

അറിവിന്റെ
പോരാട്ടം
അവസാന
ഘട്ടത്തിലേക്ക്!



ദേശാഭിമാനി
അക്ഷരമുറ്റം
QUIZ FESTIVAL 2019 SEASON 9

CO-POWERED BY



ICL Fincorp

WELLNESS PARTNER



EDUCATION PARTNER



CO-SPONSORS







popkon.in

ദേശാഭിമാനി
പ്രബുദ്ധ കേരളത്തിന്റെ ശബ്ദം